



RAPPORT D'ACTIVITÉ 2024



UNE ANNÉE DE PASSATION



Sommaire

04	Le mot du Président	49	COMMISSION INTERNATIONALE	90	COMMISSION DES COMITÉS RÉGIONAUX
06	Les faits marquants de l'année 2024	50	Édito Commission Internationale	91	Édito Commission des Comités régionaux d'Interfel
08	Édito du Directeur général	51	Présentation de la Commission Internationale	92	Présentation de la Commission des Comités régionaux d'Interfel
10	Missions et composition d'Interfel	52	Négociations Internationales	93	Le Comité Interfel Auvergne-Rhône-Alpes
11	La stratégie interprofessionnelle	53	Les salons Internationaux	94	Le Comité Interfel Centre-Val de Loire
12	La gouvernance et le rôle de l'interprofession	55	Communication internationale	95	Le Comité Interfel Hauts-de-France
13	Les commissions et les comités	57	Communication en Europe	96	Le Comité Interfel Île-de-France
14	La cotisation Interfel	58	COMMISSION ÉCONOMIE	97	Le Comité Interfel Nouvelle-Aquitaine
15	Budget CVE 2025	59	Édito Commission Économie	98	Le Comité d'Interfel Occitanie
16	Actions institutionnelles	60	Contexte éco-politique	99	Le Comité d'Interfel Provence-Alpes-Côte d'Azur
20	Chiffres clés du secteur	62	Accords interprofessionnels	100	Le réseau des diététiciens
22	PLAN DE SOUVERAINETÉ FRUITS ET LÉGUMES	64	Comité Bio	103	Fruits, légumes et sport : adoptons l'esprit olympique !
24	AXE A, AXE B	66	Comité RHD	104	AU SERVICE DE LA FILIÈRE
25	AXE C, AXE D	68	Groupe de travail qualité produit	105	Direction des Ressources Humaines
26	COMMISSION COMMUNICATION	70	Groupe de travail énergie	106	Communication interne
27	Édito Commission Communication	71	Groupe de travail juridique	107	Direction Administrative et Financière
28	Présentation de la Commission Communication	72	Groupe de travail logistique & emballage	108	Direction Digital et Systèmes d'Information
29	Dynamisation de la consommation	74	Groupe de travail suivi de marché	109	La Maison des Fruits et Légumes
36	Réseaux sociaux et influence	75	Groupe de travail indicateur	110	Le Comité social et économique (CSE)
37	Programme Européen	76	Groupe de travail contrôle des accords		
38	Stratégie enfants	78	Études économiques		
40	Enjeux sociétaux - SIA	80	Stratégie produits		
44	Actions filière et métiers	81	COMMISSION INNOVATION RECHERCHE		
45	Actions fruits et légumes Bio	82	Édito Commission Innovation Recherche		
46	Actions toute l'année	83	Présentation de la Commission Innovation Recherche		
48	Relations presse	84	Séminaire de la Commission		
		85	Club Innovation		
		88	Comité RSE		



Daniel
Sauvaitre,
Président



LE MOT DU PRÉSIDENT

« 2024, une année de transition engagée »

L'année 2024 aura marqué un moment charnière pour notre interprofession. Une année de passage de relais, certes, mais surtout de consolidation, d'engagement collectif et de reconnaissance renouvelée. Dans un contexte politique, économique et climatique particulièrement instable, INTERFEL a su démontrer toute sa pertinence, sa résilience et sa capacité à porter haut les enjeux d'une filière essentielle à l'équilibre alimentaire de notre pays.

Au cœur des échanges avec les pouvoirs publics, nous avons poursuivi avec détermination le travail de mise en œuvre du Plan de Souveraineté Fruits et Légumes.

Dès son lancement en mars 2023, ce plan a été porté avec force par l'ensemble des familles professionnelles, et nous avons rappelé sans relâche la nécessité d'un **financement pérenne** pour soutenir les investissements, la recherche et les transitions indispensables à notre filière. Il constitue un levier stratégique pour regagner en autonomie alimentaire. Mais dans le contexte budgétaire actuel, nous ne pouvons ignorer les incertitudes qui pèsent sur les financements attendus pour 2025. Cette fragilité doit renforcer notre vigilance et notre capacité de mobilisation collective.

Les rendez-vous réguliers avec les ministres, les parlementaires, les élus locaux et nos partenaires européens témoignent de la reconnaissance croissante de notre filière. Je tiens aussi à saluer la mobilisation

exemplaire de nos équipes au niveau national et régional, qui œuvre avec engagement à l'accomplissement de nos actions.

Un remerciement appuyé à nos sept Comités régionaux d'Interfel qui renforcent notre présence sur le terrain et construisent, jour après jour, des ponts durables avec les collectivités et les citoyens.

En tant que Président, j'ai pu mesurer l'ampleur des défis qui nous attendent. Mais j'ai surtout constaté la force du collectif qui nous unit et qui doit beaucoup au renforcement efficace de notre dialogue pendant les 6 années de mandat de Laurent Grandin.

Pour les années à venir, nous devons poursuivre notre engagement en soutien de l'agroécologie au champ, à la serre comme au verger et jusqu'à l'égal ou l'assiette. Nous devons tout autant participer activement à la valorisation des métiers et défendre notre souveraineté alimentaire, avec courage, clarté et unité.

L'augmentation de la consommation des fruits et des légumes est une nécessité nutritionnelle de santé publique. Cet objectif que nous poursuivons nécessite une parfaite efficacité agronomique, logistique et de savoir-faire pour offrir la qualité attendue par le consommateur. C'est aussi un combat culturel et pédagogique qui doit mobiliser toutes nos énergies.

Merci à chacune et chacun pour votre engagement. L'avenir des fruits et légumes français se construira ensemble.



Les faits marquants de l'année 2024

ÉLECTION DE LA NOUVELLE GOUVERNANCE D'INTERFEL

L'Assemblée Générale et le Conseil d'administration électifs d'Interfel, réunis à Paris le 24 septembre 2024, ont procédé à l'élection de la nouvelle mandature : les membres du conseil d'administration, les membres du Bureau et les présidents délégués des Commissions (voir liste p.12).

C'est à cette occasion que Daniel Sauvaitre a été élu président d'Interfel pour un mandat de trois ans. Il succède ainsi à Laurent Grandin qui a occupé cette fonction pendant six ans et dirigé l'Interprofession durant une période charnière : rédaction du plan de filière, gestion du Covid, année internationale des fruits et légumes, Varenne de l'eau, loi AGECE, sans oublier l'initiative et la mise en œuvre du plan de souveraineté fruits et légumes annoncé en 2023. Son objectif : poursuivre les travaux engagés

par son prédécesseur et répondre aux défis actuels de la filière. Dans un contexte économique, politique et géopolitique très perturbé et incertain, le nouveau président a exprimé le souhait de maintenir le cap : de l'amont à l'aval, travailler en étroite collaboration avec tous les acteurs de la filière et garder un dialogue ouvert, afin de renforcer l'efficacité des actions collectives et d'améliorer les conditions économiques et réglementaires du secteur.

SALON DE L'AGRICULTURE

Rôle clé dans l'élaboration et le déploiement du Plan de Souveraineté Fruits et Légumes (PSFL), lancé au Salon de l'Agriculture 2023 et poursuivi en 2024.

Continuité dans l'effort du plan de souveraineté. Le ministre de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire, Marc Fesneau, a rassemblé l'ensemble des acteurs du Plan de souveraineté f&l pour un point d'étape après 1 an de mise en œuvre. Ce point d'étape montre les capacités de la filière fruits et légumes à s'adapter dans un système complexe.



LES GRANDS ENJEUX 2025

LES GRANDES ÉTAPES

CVE

- Élaboration de l'accord CVE ad valorem triennale 2026-2028.

Les chantiers du séminaire CA

- Mise en adéquation avec les feuilles de route des Commissions.

Statutaire

- Refonte des statuts

LES GRANDS OBJECTIFS

Renforcer la recherche & l'expérimentation

- Renforcement du financement de la recherche et de l'expérimentation qui joue un rôle important tant pour l'amont que pour l'aval pour préparer l'avenir.

Être au plus proche des territoires

- 70 à 80 % des budgets sont dépensés sur les territoires pour renforcer la communication au plus proche du terrain et par un renforcement des actions des comités régionaux.
- Comment optimiser le serviciel.

Intelligence économique de la filière

- Optimisation de la valeur dans la filière.



L'année 2024 a également marqué un tournant institutionnel avec le renouvellement des présidences du CTIFL et d'Aprifel : Jean-Hugues Belland a succédé à Jacques Rouchaussé à la tête du CTIFL, tandis que Christel Teyssèdre a été reconduite dans ses fonctions de présidente d'Aprifel.

TRANSITION ET ACTIONS PUBLIQUES

Création de la "Team Fruits et Légumes" (députés et sénateurs), espace de dialogue avec les élus.

Engagement fort dans la transition agroécologique, notamment via la Charte pour l'adaptation de l'agriculture au changement climatique.

Actions de lobbying et d'influence

auprès des pouvoirs publics sur les sujets :

- Loi AGECE et règlement PPWR (emballages plastiques),
- Révision des dispositifs Egalim,
- Proposition de loi sur les freins au métier d'agriculteur.

QUELQUES IMPACTS DE NOS ACTIONS

64

réunions statutaires

21 M

de Français 25-49 ans touchés par les campagnes média

85

jours et

50 000

participants lors de la tournée du foodtruck « jamais trop »

760

actions en GMS/primeurs et

82 805

personnes sensibilisées

8 M

de personnes touchées sur les réseaux sociaux

+10 %

de visites sur interfel.com

7,8 M

enfants sensibilisés par la campagne PLFE

62,9 M

de contacts atteints par la campagne bio

185

retombées presse

10

sessions de mediatraining

207

rendez-vous politiques au SIA 2024

7

salons en Europe et à l'international

2400

opérations de promotions dans 16 pays

EN RÉGION

Création du Comité régional d'Interfel Occitanie : Après le lancement du comité PACA en 2023, Interfel continue son déploiement en région en créant le comité régional Occitanie en 2024. Ce nouveau comité régional a vu le jour grâce à l'engagement et la persévérance des professionnels de la filière du territoire, Saveurs Commerce en particulier, désireux de fédérer les différents acteurs du secteur.

PROGRAMMES EUROPÉENS ET OUTILS STRATÉGIQUES

Lancement de la **plateforme Aides et Financements** pour faciliter l'accès aux guichets publics.

Programmes européens :

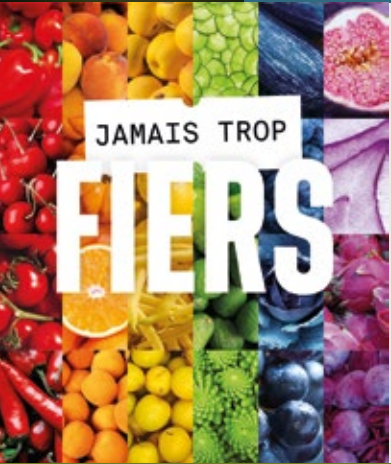
- Life is Better (été, 18,5 M de personnes touchées),
- Fraich'Force (jeunesse, 3,6 M d'enfants touchés),
- PLFE - Fruits et légumes à l'école (7,8 M d'enfants sensibilisés).

Concours "Les Talents des Fruits et Légumes" :

103 candidats, 8 lauréats nationaux.

À L'INTERNATIONAL

Visibilité internationale accrue, avec une présence d'Interfel renforcée dans les échanges européens et mondiaux.



COMMUNICATION & CAMPAGNES NATIONALES

Succès renouvelé de la campagne « **Les Fruits et Légumes Frais, c'est Jamais Trop** », articulée autour de 4 temps forts :

- Jamais Trop Mixte (apéros),
- Jamais Trop Fiers (diversité),
- Jamais Trop Économe (budget maîtrisé),
- Campagne Ombrelle (nov.-déc.).

LES ACCORDS VALIDÉS EN 2024

Les accords interprofessionnels sont des outils essentiels et le fondement même de l'action interprofessionnelle. Interfel a pour mission d'élaborer des accords qui peuvent être étendus par les pouvoirs publics, rendant leur application obligatoire pour tous les opérateurs de la filière. En 2024, les accords suivants ont été validés :

- Accord sur la sécurisation des annonces de prix hors lieu de vente (PHLV)
- Accord « Pommes, variété Granny Smith, Maturité – Qualité »
- Accord « Raisin de Table – Maturité »
- Accord « Echalote – Calibrage »
- Accord sur l'encadrement des réfections tarifaires
- Avenant de prorogation de l'accord « Concombre – Calibrage »
- Avenant de prorogation de l'accord « Pomme – Calibrage »
- Avenant de prorogation de l'accord « Pêche Nectarine – Calibrage »



Alexis Degouy,
Directeur général



L'ÉDITO



« Une année d'actions, au service de la filière »

L'année 2024 a placé INTERFEL au cœur de l'action. Action pour structurer, pour accompagner, pour valoriser une filière qui n'a jamais cessé d'évoluer. Dans un monde en transition, nous avons multiplié les projets, affiné nos outils et renforcé notre présence auprès de tous nos publics : professionnels, grand public, pouvoirs publics.

Parmi les réalisations majeures, la campagne "Jamais Trop" a confirmé son impact : près d'un milliard de contacts en TV, radio, affichage, digital. Plus qu'une communication, c'est une fierté collective. Grâce à l'engagement des professionnels et de nos équipes, nous avons démontré que les fruits et légumes frais sont des alliés du quotidien, accessibles, festifs et sains, bref Jamais trop !

L'année a également vu la montée en puissance de nos outils digitaux : refonte des sites interfel.com et lesfruitsetlegumesfrais.com, lancement de la plateforme « Aides et Financements », mise en service de la « Boutique Communication », autant de leviers qui facilitent l'accès aux ressources, l'accompagnement terrain et la visibilité des actions collectives.

Notre interprofession s'est aussi distinguée par son engagement institutionnel : 11 auditions parlementaires, plus de 90 rendez-vous politiques, un partenariat renforcé avec l'Association des Maires de France, sans oublier le formidable élan donné par les comités régionaux d'Interfel partout où ils sont présents. 2024 a ainsi vu l'installation du comité régional PACA et la création du comité Occitanie. 2024 a également vu un engagement renforcé de l'interprofession pour la recherche expérimentation et l'accompagnement des projets menés au service de toute la filière par le CTIFL. C'est ainsi 1 million d'euros supplémentaire débloqué pour accompagner les projets cofinancés par l'Etat dans le cadre du plan de souveraineté.

Enfin, 2024 a été une année particulière puisque, à l'occasion d'une grande Assemblée générale en septembre, Laurent GRANDIN a passé le relais à Daniel SAUVAITRE après 6 années de mandats qui ont été déterminants pour notre interprofession. L'occasion pour les professionnels et les équipes de saluer son action et le remercier pour son engagement. Et à ses côtés remercier également Georges DANIEL, infatigable trésorier de notre organisation et Jacques ROUCHAUSSE pour son action dynamique à la co-présidence de la ComCom.

Dans ce paysage d'initiatives foisonnantes, notre communication interne joue un rôle central. Elle structure le lien entre les équipes, les instances et les membres adhérents, en assurant une information claire, consolidée et valorisée. À travers nos newsletters, nos veilles, nos dossiers thématiques ou nos supports métiers, nous offrons aux professionnels un socle commun de compréhension et d'appropriation des actions interprofessionnelles. Ce travail de fond renforce l'efficacité collective, la cohésion des messages et la reconnaissance du travail de chacun.

En 2025, nous continuerons à innover, accompagner, défendre et promouvoir, avec un mot d'ordre rappelé par Daniel SAUVAITRE : faire de chaque action et chaque euro de CVE un pas concret vers une filière plus compétitive, plus forte et préparée aux défis à venir.

Avec le concours d'APRIFEL et du CTIFL, INTERFEL sera résolument tournée vers notre objectif commun : faire augmenter la consommation de tous les fruits et légumes frais !

Merci aux équipes, aux familles professionnelles, aux partenaires, pour votre confiance et votre mobilisation sans faille.



Missions et composition d'Interfel

Valoriser la filière fruits et légumes frais

Créée en 1976, reconnue nationalement puis par l'Union Européenne en 1996, Interfel a mission de soutenir, valoriser et promouvoir l'activité économique de l'ensemble de ses opérateurs et de défendre leurs intérêts auprès des pouvoirs publics, dans le respect de l'intérêt général.

Notre interprofession, l'une des plus longues, orchestre la filière fruits et légumes dans toute sa diversité. Elle rassemble les métiers opérant aux différents stades : production, coopération, gouvernance économique, expédition, importation/introduction, expédition/exportation, commerce de gros, distribution (grandes surfaces, commerces spécialisés et restauration collective). Interfel contribue également, de manière significative, à améliorer le fonctionnement de la filière en favorisant le dialogue entre ses différents maillons. En effet, c'est dans une relation gagnant-gagnant entre professions d'amont et d'aval que peuvent émerger les sujets communs générateurs de valeur.

Trois principes fondamentaux permettent à Interfel de jouer concrètement son rôle :

REPRÉSENTATIVITÉ : c'est parce que tous les métiers des fruits et légumes frais y sont représentés qu'Interfel est associée, par les pouvoirs publics et l'Union européenne, aux décisions concernant l'ensemble de la filière.

PARITÉ : pour favoriser le respect mutuel des familles amont et aval, chacun des collèges qui réunit celles-ci dispose de 50 % des voix.

UNANIMITÉ : ce principe établit l'autorité des décisions prises au sein de l'interprofession. Il garantit le respect des minorités et des particularités des acteurs représentés.

Les membres d'Interfel

Sont membres d'Interfel les organisations, représentatives au niveau national, des différents métiers de la filière fruits et légumes frais. Les quinze organisations qui constituent notre interprofession sont réparties en deux collèges complémentaires, le collège amont, centré sur les productions, le collège aval sur la commercialisation, la distribution et les utilisations finales.

COLLÈGE AMONT

 FNPF Fédération nationale des producteurs de fruits	 GEFEL Gouvernance économique des fruits et légumes
 LÉGUMES DE FRANCE Fédération nationale des producteurs de légumes	 COORDINATION RURALE
 FELCOOP Fédération française de la coopération fruitière, légumière et horticole	 CONFÉDÉRATION PAYSANNE

COLLÈGE AVAL

 ANEEFEL Association nationale des expéditeurs et exportateurs de fruits et légumes	 FCD Fédération des entreprises du commerce et de la distribution	 SNRC Syndicat national de la restauration concédée
 UNGCFL Union nationale du commerce de gros en fruits et légumes	 FCA Fédération du Commerce Coopératif et Associé - collège alimentaire	 CSIF Chambre syndicale des importateurs français de fruits et légumes frais
 SAVEURS COMMERCE Fédération nationale des commerces alimentaires spécialisés de proximité	 RESTAU'CO Réseau de restauration collective en gestion directe	 SNIFL Syndicat national des importateurs / exportateurs de fruits et légumes

FAVORISER LE DIALOGUE

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

1

LES ENGAGEMENTS D'INTERFEL

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.

DYNAMISER ET SOUTENIR

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

3

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.

La stratégie interprofessionnelle

Un collectif en mouvement

La priorité de l'interprofession est de valoriser la place des fruits et légumes frais dans la consommation alimentaire, de soutenir la compétitivité économique de toute la filière et de lui donner les moyens de s'adapter au changement climatique.

Rappelons que la filière des fruits et légumes frais est caractérisée par :

- **une très forte diversité de produits** : plus de 100 espèces ayant chacune leurs spécificités,
- **une réelle vulnérabilité** : nos produits sont vivants, fragiles, généralement non stockables et soumis aux aléas, notamment climatiques, de la production à la consommation,
- **un facteur humain déterminant** : chaque métier intervient sur la qualité finale du produit, d'où la nécessaire coordination des opérateurs, à tous les stades de la filière,
- **une multitude d'offres et de circuits**, tant pour l'offre que pour la demande,
- **une proportion de 15 % (en valeur) de produits sous signes officiels de qualité et d'origine** : AOP/AOC, Label Rouge, Bio, IGP...

Ces spécificités rendent d'autant plus importante la mise en œuvre d'actions collectives.

S'adapter collectivement

Les crises conjoncturelles récentes ont rendu plus urgente que jamais la nécessité d'orientations stratégiques claires au

service des métiers de la filière. Dans un contexte tendu, il est essentiel de fournir à l'ensemble des opérateurs, en amont comme en aval, les moyens de s'adapter aux évolutions, qu'il s'agisse d'anticiper les tendances de consommation, de soutenir les expérimentations ou d'appliquer les dispositions réglementaires, nationales et européennes, qu'elles soient incitatives ou contraignantes.

Une double stratégie d'atténuation et d'adaptation

Interfel a choisi de longue date une double stratégie d'atténuation et d'adaptation au changement climatique. Étant l'une des organisations signataires de la Charte d'engagement pour l'adaptation de l'agriculture au changement climatique (Varenne Agricole, 2022), l'interprofession s'emploie à détecter, soutenir et renforcer toutes démarches globales de progrès qui peuvent faciliter la transition agro-écologique, à tous les stades de la filière. En ce sens, l'accroissement régulier de la part des produits sous signes de qualité, dont la BIO, et le développement de la certification HVE y contribuent significativement.

Une nouvelle gouvernance pour une filière « jamais trop engagée »

Le 24 septembre 2024, l'Assemblée Générale électorale d'Interfel, réunie à Paris, a marqué un tournant stratégique avec l'élection de sa nouvelle gouvernance. À la tête de cette mandature : Daniel Sauvaitre, élu président pour trois ans, succédant à Laurent Grandin après six années d'un engagement décisif pour la filière – du plan de souveraineté à la loi AGECE, en passant par la gestion de crises majeures.

Déterminé à prolonger cette dynamique, le nouveau président entend renforcer le travail collectif de l'amont à l'aval, dans un contexte économique et politique sous tension. Son mot d'ordre : cap maintenu, dialogue renforcé, et efficacité pour faire de chaque action et chaque euro de CVE un pas concret vers une filière plus compétitive, plus forte et préparée aux défis à venir.

La Gouvernance

BUREAU

Le Bureau est élu par le Conseil d'administration. Les membres du Bureau sont : le Président, le Vice-Président, le Secrétaire Général et le Trésorier.

PRÉSIDENT Monsieur Daniel Sauvaitre

VICE-PRÉSIDENT Monsieur Christian Berthe

SECRÉTAIRE GÉNÉRAL Monsieur Jeff Mahintach

SECRÉTAIRE GÉNÉRAL ADJOINT Monsieur Sébastien Héraud

TRÉSORIER Monsieur Christophe Rousse

TRÉSORIER ADJOINT Monsieur Bernard Gérin

LA CONFÉRENCE DES ORGANISATIONS PROFESSIONNELLES NATIONALES (COPN)

La COPN est composée des présidents des membres actifs ou de leur représentant. Elle valide les accords interprofessionnels ainsi que les budgets et programmes d'actions. La COPN adopte ses décisions à l'unanimité des deux collèges : Amont et Aval.

COLLÈGE AMONT

Françoise Roch (FNPF)

Bruno Vila et Cyril Pogu (Légumes de France)

Christophe Rousse (FELCOOP)

Bruno Darnaud (GEFeL)

Sébastien Héraud

(Coord. Rurale)

Vincent Delmas

(Conf. Paysanne)

COLLÈGE AVAL

Christel Teyssedre

(Saveurs Commerce)

Jeff Mahintach (FCD)

Didier Marques (UNCGFL)

Bernard Gérin (ANEEFEL)

Sylvie Dauriat (Restau'CO)

Isabelle Aprile (SNRC)

Philippe Pons (CSIF)

Denis Ginard (SNIFL)

Vincent Martin (FCA)

CONSEIL D'ADMINISTRATION (CA) ET ASSEMBLÉE GÉNÉRALE (AG)

LE CONSEIL D'ADMINISTRATION (CA)

Le conseil d'administration débat et émet un avis sur les orientations, les programmes d'actions, le budget, les accords interprofessionnels et décide des actions ne nécessitant pas l'unanimité de procédure d'extension.

L'ASSEMBLÉE GÉNÉRALE (AG)

Elle réunit tous les ans l'ensemble des membres de l'interprofession afin de présenter et voter le rapport moral, le rapport d'activité et le rapport financier.

FNPF Françoise Roch - Aurélien Soubeyrand - Grégory Chardon

LÉGUMES DE FRANCE Bruno Vila - Cyril Pogu - Guillaume Kerjean

FELCOOP Christophe Rousse - Jean Nougailac - Jean-Louis Chapeyroux

GEFEL Bruno Darnaud - Christian Letierce - François Lafitte

COORDINATION RURALE Sébastien Héraud - Philippe Maydat - Christian Schievene

CONFÉDÉRATION PAYSANNE Vincent Delmas - Jonathan Chabert - Clara Jaroussie

ANEEFEL Bernard Gérin - Olivier Lemouzy - Éric Guasch

UNCGFL Didier Marques - Christian Berthe - Benoît Gilles

SAVEURS COMMERCE Christel Teyssedre - Karine Bondu - Jean-Marc Brodbeck

FCD Jeff Mahintach - Antoine Gricourt - Eric Caruelle

FCA - SECTION ALIMENTATION Maxime Grouard - Nathalie Morgand - Vincent Martin

RESTAU'CO Sylvie Dauriat - Philippe Lapouge - Mickael Dubois

SNRC Isabelle Aprile - Alexandra Nicolle - David Chicot

CSIF Philippe Pons - Alain Kritchmar - Jean-François Vallet

SNIFL Denis Ginard - Jean-Luc Angles - Emmanuel Eichner

MEMBRES ASSOCIÉS

BIK Bureau Interprofessionnel du Kiwi

ANIAIL Association nationale interprofessionnelle de l'ail

AFIDEM Fruits & Légumes transformés

FMGF Fédération des Marchés de Gros de France

ANICC Association Nationale Interprofessionnelle du Champignon de Couche

Les commissions et les comités

LES COMMISSIONS AU CŒUR DE L'ACTION

Les commissions d'Interfel sont composées des représentants des organisations professionnelles nationales. Elles travaillent, suite au mandat donné par le conseil d'administration, sur les thématiques qui les concernent et dans le cadre des budgets et orientations arrêtées à la COPN. Elles formalisent des propositions qui feront l'objet de décisions, ou d'avis, du CA ou de la COPN. Les commissions sont constituées d'un collège amont et d'un collège aval. Elles rendent compte de leurs actions au CA.



LES COMITÉS LIÉS AUX COMMISSIONS

Les comités regroupent des représentants de familles de l'interprofession concernés par le sujet, des personnalités et des experts d'un domaine particulier sur des problématiques qui sont arrêtées par le conseil d'administration pour la période relevant de celle durant laquelle l'interprofession a obtenu l'extension de la cotisation, à savoir trois ans et pouvant être tacitement renouvelée si le conseil ne met pas fin à leur mission. La création de comités est décidée par le conseil d'administration sur proposition d'une commission. Les comités ne peuvent pas engager de budget, mais soumettent leurs projets à la commission compétente et lui font part de leurs travaux.



LES COMITÉS RÉGIONAUX D'INTERFEL

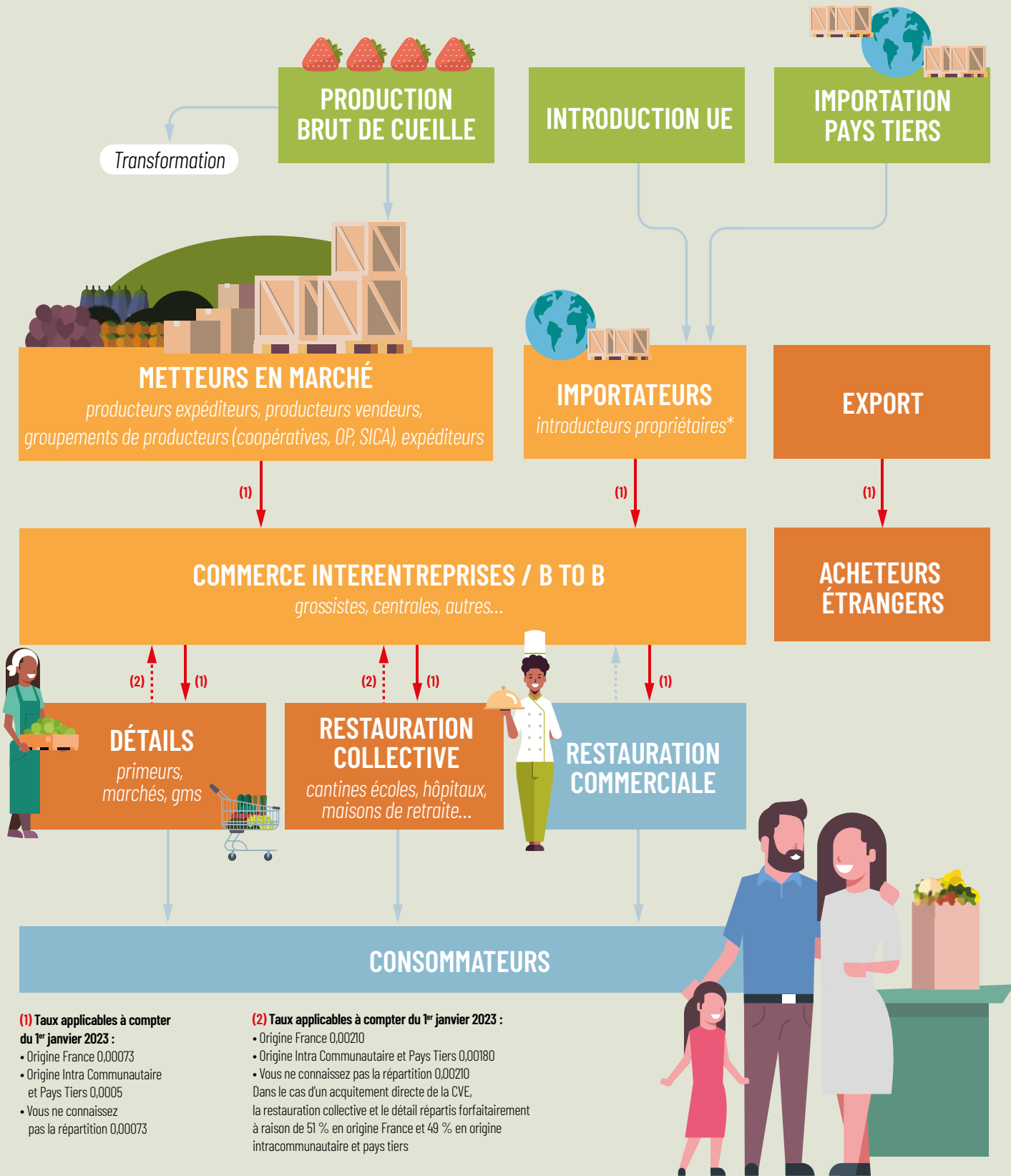
- COMITÉ RÉGIONAL **AUVERGNE-RHÔNE-ALPES** PRÉSIDENT Régis AUBENAS
- COMITÉ RÉGIONAL **HAUTS-DE-FRANCE** PRÉSIDENTE Hélène MÉLI
- COMITÉ RÉGIONAL **ÎLE-DE-FRANCE** PRÉSIDENT Éric MOREAU
- COMITÉ RÉGIONAL **CENTRE VAL-DE-LOIRE** PRÉSIDENT Benoit GILLES
- COMITÉ RÉGIONAL **NOUVELLE-AQUITAINE** PRÉSIDENT Jean-Louis CHAPEYROUX
- COMITÉ RÉGIONAL **PROVENCE-ALPES-CÔTE D'AZUR** PRÉSIDENTE Sabine ALARY
- COMITÉ RÉGIONAL **OCCITANIE** PRÉSIDENT Éric FABRE

7 comités régionaux d'interfel créés à date, dont le dernier en Occitanie qui a vu le jour en décembre 2024. Créés à l'initiative des professionnels de la filière, ils sont les interlocuteurs privilégiés des collectivités territoriales pour les accompagner dans l'élaboration de politiques alimentaires et représenter les acteurs de la filière. Ils constituent un élément central pour déployer de nouvelles actions interprofessionnelles adaptées à leur territoire, communiquer sur les métiers et savoir-faire de la filière et créer des synergies entre opérateurs régionaux par des actions ciblées en lien avec le contexte régional.

La cotisation Interfel

À compter du 1^{er} 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



Budget CVE 2025

Les moyens de préparer l'avenir

Alors que s'annoncent des mutations rapides et profondes, la CVE est plus essentielle que jamais à l'évolution du secteur. Elle donne à la filière les moyens d'une stratégie cohérente de valorisation de ses produits et savoir-faire, d'adaptation à court terme de ses pratiques et d'ambitions à long terme de ses opérateurs. Bref, de préparer l'avenir.

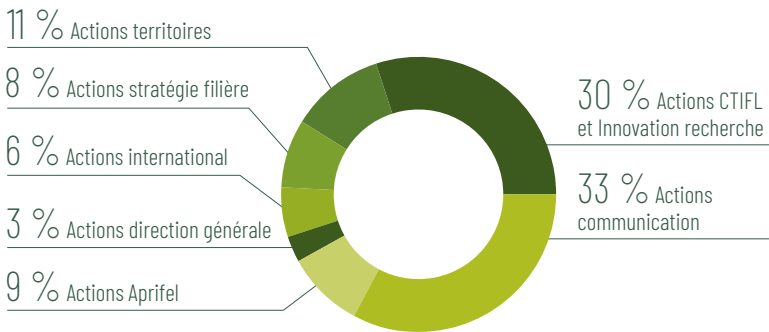
Comme toute interprofession, Interfel fonctionne grâce aux cotisations volontaires étendues (CVE) de ses membres, voulues par eux, et ayant force d'obligation pour tous les opérateurs du secteur, par voie réglementaire. Les cotisations sont assises sur les transactions de la filière fruits et légumes frais, en amont comme en aval. Concernant les produits d'origine France, leurs taux sont de 0,73 ‰ et 2,10 ‰. Lorsque les produits sont d'origine intra-communautaire ou de pays tiers, ils sont de 0,50 ‰ à 2,10 ‰. L'accord interprofessionnel actuel, en vigueur depuis janvier 2023, court sur trois campagnes, c'est-à-dire jusqu'au 31 décembre 2025.

Extrait de l'Accord Interprofessionnel « Cotisation ad-Valorem » 2023-2025

« Il a pour objet la réalisation, dans le cadre d'Interfel, des actions collectives prévues à l'article 164 du règlement (UE) n° 1308/2013 et plus particulièrement celles tendant 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'élaboration de contrats types compatibles avec la réglementation de l'Union Européenne ;
- l'instauration de règles de commercialisation et 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 ;

RÉPARTITION DU BUDGET DES ACTIONS FINANCÉES PAR LA CVE (45.7 MILLIONS D'EUROS)



- la réalisation d'études visant à améliorer la qualité des produits ;
- la recherche, en particulier, de méthodes culturales permettant la limitation de l'usage de 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 la qualité des produits ;
- la prévention et gestion des risques phytosanitaires, des risques en matière de sécurité sanitaire des aliments et des risques environnementaux ».

Texte complet sur : <https://www.interfel.com/services/documentation/accord-cve-interfel-2023-2025>

LA CVE FINANCE TROIS GRANDS TYPES D'ACTIONS

Des actions génériques d'information, de marketing, de publi-promotion et des études, destinées à développer la consommation des produits de la filière

Des actions destinées à améliorer et contrôler la qualité des produits

Des actions de recherche appliquée et d'expérimentation, la coordination de ces actions et les moyens de les mettre en œuvre et de les diffuser

Cette cotisation permet d'œuvrer sur le plan réglementaire et économique par des actions pertinentes, coordonnées et durables, au bénéfice de tout le secteur des fruits et légumes frais

**LA CVE POUR INNOVER, FORMER, INFORMER...
BREF, PRÉPARER L'AVENIR !**



Actions institutionnelles

Relations avec les pouvoirs publics et les élus : une année 2024 singulière

D'un point de vue politique, l'année 2024 a été marquée par des événements majeurs : mobilisation agricole, élections européennes, dissolution de l'Assemblée nationale et censure du gouvernement. Pour autant les élus et les pouvoirs publics ont manifesté, à plusieurs reprises, leur intérêt pour les enjeux de la filière fruits et légumes frais (plan de souveraineté fruits et légumes, loi d'orientation agricole, EGALIM, etc.) : les nombreuses demandes d'audition, les rendez-vous tout au long de l'année, ainsi qu'au Salon International de l'Agriculture et au Congrès des Maires, peuvent en témoigner.

Forte mobilisation pour pérenniser le financement du plan de souveraineté fruits et légumes

Depuis le lancement du plan dédié aux fruits et légumes en mars 2023, Interfel s'est fortement mobilisée auprès des pouvoirs publics et des élus afin de permettre sa bonne mise en œuvre opérationnelle, ainsi que l'utilisation et la pérennisation des fonds alloués.

Côté pouvoirs publics, Interfel a constamment défendu la nécessité de poursuivre ce plan demandant un soutien continu des gouvernements successifs (Attal, Barnier et Bayrou), notamment dans les différents arbitrages budgétaires qui demeurent déterminants pour sa réussite. Tel fut encore le message transmis à la nouvelle ministre de l'agriculture Annie Genevard par le président d'Interfel Daniel Sauvaitre, Jeff Mahintach (secrétaire général) et Christophe Rousse (trésorier d'Interfel) lors de leur entretien le 24 octobre 2024, en rappelant la nécessité de respecter le caractère pluriannuel de ce plan de souveraineté qui est une politique prioritaire du gouvernement, dont le financement pluriannuel doit être acté formellement dans les textes (projet de loi de finances pour 2025, LOA, SNANC...).

Côté parlementaire, l'interprofession a su mobiliser sa Team fruits et légumes sur le sujet, ainsi que les députés nouvellement

(ré)élus suite aux élections législatives de juin 2024 en vue du projet de loi de finances, suscitant le soutien du rapporteur pour avis de la mission Agriculture et alimentation Jean-Luc FUGIT (EPR) qui a porté un amendement demandant la sanctuarisation du financement du plan de souveraineté de la filière fruits et légumes lors de l'examen du texte en Commission des Affaires économiques (adopté, puis tombé lors de son examen en Commission des finances). Le financement 2024 du plan de souveraineté relevait de l'action « planification écologique ». Après un vote du budget difficile, les crédits de l'action « planification écologique » ont été diminués sans qu'aucune garantie ne soit finalement donnée à la filière des fruits et légumes frais sur le financement de son plan. Interfel et les professionnels de la filière poursuivront leur mobilisation pour faire respecter l'engagement de l'Etat sur ce plan.

Interfel a été particulièrement consultée en 2024 (auditions, tables rondes, etc.)

Interfel a été sollicitée tout au long de l'année pour participer à des auditions et des tables rondes par l'Assemblée nationale et le Sénat, mais aussi le CGAAER ou encore le CESE, afin de connaître ses positions sur les principaux enjeux de la filière (loi AGECE, Egalim, souveraineté alimentaire, loi d'orientation agricole, balance commerciale, obésité infantile...).



• **Loi AGECE / règlement PPWR** : lors de son audition par la Commission du développement durable de l'Assemblée nationale, dans le cadre de la mission sur l'évaluation de l'impact de la loi AGECE (janvier 2024), Interfel a rappelé que l'interdiction des emballages plastiques pour les fruits et légumes (art. 77 et art.80 loi AGECE), sans étude d'impact préalable et analyse des solutions techniques existantes, a abouti à des recours devant le Conseil d'Etat qui a donné raison à l'interprofession, en reconnaissant que la loi était inapplicable. Le 8 novembre 2024, le Conseil d'Etat annulera le 3^{ème} décret du gouvernement (art.77). Lors de ses échanges permanents avec le ministère de la Transition écologique(MTE) et le ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire, puis suite à l'adoption du règlement européen PPWR le 19 décembre, Interfel a rappelé au gouvernement qu'il n'était pas envisageable de prendre un nouveau décret français et qu'une harmonisation est indispensable au niveau européen. Le règlement PPWR harmonisera au niveau UE un certain nombre de dispositions déjà prévues dans la loi AGECE avec un délai de mise en œuvre en 2030. Le principe d'une liste d'exemptions concernant la suppression des emballages plastiques au point de vente pour les fruits et légumes demeure, et Interfel (en lien avec Freshfel) travaillera pour la représentation des professionnels au niveau UE sur des bases techniques et scientifiques objectives.

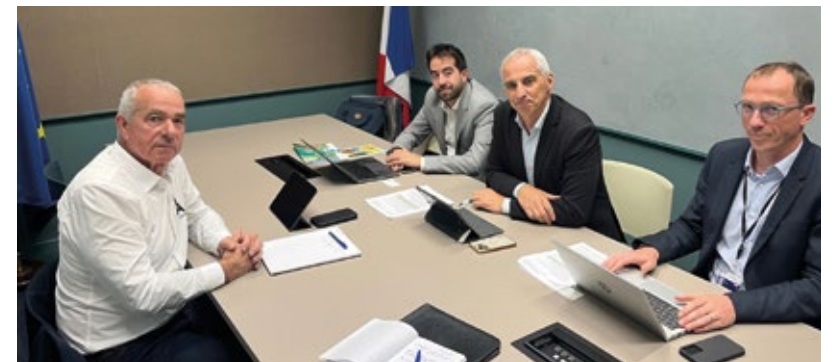
• **EGALIM** : le 4 avril 2024, dans le cadre de la mission gouvernementale d'évaluation des dispositifs d'Egalim confiée aux députés Anne-Laure BABAUT et Alexis IZARD, Interfel a été auditionnée afin d'échanger sur les enjeux d'Egalim et les évolutions à apporter au dispositif. L'occasion de rappeler aux députés les raisons pour lesquelles Interfel a pris position pour que les fruits et légumes frais soient exclus de la contractualisation écrite pluriannuelle obligatoire entre le producteur et son premier acheteur (depuis un décret du 26 décembre 2022), ainsi que du dispositif SRP+10 (loi Egalim 3) qui pouvait dans certaines situations avoir des effets pervers pour notre

secteur. Ces messages ont été réitérés par la suite auprès des députés nouvellement élus, ainsi que de Stéphane Travert en vue d'une prochaine loi Egalim 4.

• **Audition d'Interfel sur la PPL visant à lever les contraintes à l'exercice du métier d'agriculteur** : dans le cadre de la niche parlementaire LR de décembre 2024, les sénateurs Laurent DUPLOMB et Franck MENONVILLE ont déposé une proposition de loi visant à lever les contraintes à l'exercice du métier d'agriculteur. A ce titre, le sénateur Pierre Cuypers (LR, Seine-et-Marne) rapporteur de la commission des Affaires économiques a souhaité entendre Interfel lors d'une table ronde. Durant ce temps d'échange, Interfel a rappelé les investissements importants en recherche et expérimentation engagés par la filière fruits et légumes afin de réduire l'usage des pesticides. L'interprofession a mis en exergue les complexités liées aux surtranspositions et surréglementations françaises notamment en matière de produits phytosanitaires, souhaitant une harmonisation au niveau de l'UE, autant que cela est possible. Il a été donné en exemple que l'interdiction de certains néonicotinoïdes non justifiée en France(car pas d'avis de non-conformité par l'Anses et l'Efsa), peut mettre en danger un certain nombre de filières fruits et légumes, notamment la production de noisettes.

Des actions qui se développent auprès des élus locaux

Interfel a pu également développer en 2024 son partenariat privilégié avec l'AMF (Association des Maires de France) en rencontrant tout d'abord son président David Lisnard au Salon International de l'Agriculture. Puis, l'interprofession était présente pour la 13^{ème} année consécutive au Congrès des Maires et présidents d'Intercommunalités de France. Pour renforcer sa représentation au niveau local, Interfel et l'Association des Maires de France ont décidé de travailler ensemble pour approfondir leur convention de partenariat et ainsi diffuser les actions de l'interprofession grâce au maillage territorial de l'AMF. Tout au long de l'année, Interfel publie également une lettre de veille institutionnelle régionale mensuelle à destination des professionnels des Comités régionaux afin de connaître les actualités institutionnelles de leurs régions et ainsi identifier les potentielles opportunités et menaces qui se présentent à la filière fruits et légumes. Ce travail de veille est d'autant plus nécessaire avec le déploiement des Comités régionaux d'Interfel. Toujours dans l'optique de renforcer les actions institutionnelles d'Interfel en région, un lobbytraining a été réalisé en 2024 pour former les Comités régionaux d'Interfel sur l'environnement institutionnel et politique régional.



LES CHIFFRES CLÉS

11 auditions d'Interfel (Assemblée nationale, Sénat, CGAAER...)

Plus de **30** rencontres avec des membres du gouvernement ou de cabinets ministériels

Plus de **90** rendez-vous avec les parlementaires

Plus de **20** rendez-vous avec des députés européens

43 lettres de veilles institutionnelles nationales (hebdomadaires) & veilles régionales (mensuelles) envoyées aux professionnels.



Actions institutionnelles

Participation d'Interfel au 106^{ème} Congrès des Maires

Partenaire depuis 14 ans de l'AMF, Interfel était présente au Congrès des maires, du 19 au 21 novembre 2024. Interfel a pu une nouvelle fois aller à la rencontre des nombreux maires, élus locaux et de leurs collaborateurs afin de leur présenter les outils réalisés par l'interprofession pour les accompagner dans la mise en place du programme UE « Lait et fruits à l'école », des objectifs fixés par les lois EGALIM et Climat (approvisionnement, menus végétariens...), mais également pour leur présenter en détail les nombreuses actions développées par le réseau des diététiciens dans les territoires.

LES CHIFFRES CLÉS

150
contacts qualifiés sur 3 jours



Durant trois jours, Interfel a pu faire connaître différentes variétés de 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), et présenter ses outils d'accompagnement quotidien des collectivités territoriales. Avec son emplacement central au sein de la « Place de l'Hôtel de ville », Interfel a pu ainsi échanger avec les élus et répondre à leurs questions concernant :

- Les actions développées dans les régions par le réseau des diététiciens (ateliers et démonstrations culinaires, ateliers pédagogiques... sur les temps périscolaires, en centres de loisirs etc.);
- Les nombreux guides et documents réalisés par l'interprofession, pour les accompagner dans la mise en place des objectifs des lois EGALIM et Climat (menus végétariens, guide vers la HVE, guide de développement des fruits et légumes biologiques, recommandations pour l'achat public de F&L, etc.);
- Le programme UE « Lait et fruits à l'école » : en rappelant que ce programme permet de financer l'achat de fruits et légumes frais, notamment en prenant en charge le surcoût lié aux produits sous SIQO proposés sur le temps du midi. Il peut donc aider

à atteindre les objectifs des lois EGALIM et Climat qui fixe l'approvisionnement des cantines en produits durables et de qualité à hauteur de 50 %.

L'ensemble de ces outils a été également présenté dans un dépliant inséré dans les 10 050 mallettes des congressistes.



Actions institutionnelles

Des notes de position et mémentos pour accompagner les professionnels de la filière dans leur prise de parole

Pour accompagner au mieux les professionnels de la filière des fruits et légumes frais lors de rencontres institutionnelles ou de prises de parole devant les médias, Interfel élabore tout au long de l'année des notes thématiques, des infographies et des mémentos (avec le soutien d'Aprifel et du CTIFL). En 2024, Interfel a réalisé et mis à jour :

14 notes de position thématiques :

- Plan de souveraineté fruits et légumes
- Contractualisation des fruits et légumes
- Décarbonation
- Fraudes à l'origine
- Adaptation au changement climatique
- Conjoncture économique
- Affichage environnemental
- Alternatives aux pesticides
- Innovation de la filière fruits et légumes
- Loi Agec et interdiction des emballages plastiques
- Fruits et légumes bio
- Accessibilité des fruits et légumes
- La filière à l'international
- Propositions au niveau UE

Des mémentos (prix, pesticides, etc.) et des infographies (consommation de fruits et légumes des Européens, bio etc.).

Retrouver ces notes dans l'espace
« Documentation » du site www.interfel.com



75 000 entreprises

450 000 emplois directs

dont 336 902 saisonniers

UN SECTEUR ÉCONOMIQUE MAJEUR



5,5 MILLIONS

de tonnes à destination du marché du frais

(sources : Agreste, Ctifl)

8 MILLIONS

de tonnes en moyenne sur 2019-2021

(sources : Agreste, Ctifl)

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)

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)

(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)

PRODUCTION



LA FRANCE 4^e pays producteur

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

(sources : Eurostat)



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)

160

entreprises d'importation et d'introduction

(Insee, CTIFL 2022)

907

grossistes (hors centrales)

(source : Observatoire des métiers AKTO 2020)

Près de 250

entreprises d'expédition et d'exportation

(Insee, CTIFL 2022)



DISTRIBUTION

CONSOMMATION

1,9 milliard

d'euros (hors taxes) pour la restauration hors domicile en moyenne sur la période 2021-2023

(source : Insee, CTIFL, 2023)



1,9 %

des dépenses totales des ménages français

(source : Insee, 2021)

21,5 milliards

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

RESTAURATION COLLECTIVE

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)

Près de 300 000 salariés en restauration collective



60 %

en gestion directe

40 %

en gestion concédée

(Source : Restau'Co, SNRC - 2019)

« JAMAIS TROP » DE FRUITS & LÉGUMES

PLAN DE SOUVERAINETÉ F&L



Plan de souveraineté fruits et légumes (PSFL)

Plan de souveraineté fruits et légumes

Face au constat d'une dégradation du taux d'auto-apvisionnement en fruits et légumes ces 20 dernières années et à la demande des professionnels de la filière, le Gouvernement a lancé le 1^{er} mars 2023, lors du Salon International de l'Agriculture, un plan de souveraineté pour la filière des fruits et légumes (PSFL). L'ambition affichée d'un tel plan est de gagner 5 points de souveraineté en fruits et légumes dès 2030, et d'enclencher une hausse tendancielle de 10 points dès 2035.

Le Plan de souveraineté Fruits et Légumes concerne aussi bien les fruits et légumes frais que transformés, et inclut également les pommes de terre. Ce plan de souveraineté constitue un engagement pluriannuel de l'État et s'est poursuivi en 2024 sur une priorisation des financements de France 2030 pour notre filière et sur l'ouverture de nouveaux guichets dédiés dans le cadre de la Planification écologique. Le PSFL a ainsi fêté sa première année d'existence sur le stand d'Interfel au SIA 2024 en présence de Marc Fesneau, ministre de l'agriculture et de la souveraineté alimentaire.

Ce Plan se décline en 4 axes stratégiques :

- **Axe A** : Protection des cultures fruitières et légumières
- **Axe B** : Compétitivité, investissements et innovation pour la filière fruits et légumes en faveur d'une production de fruits et légumes durable, décarbonée et résiliente
- **Axe C** : Recherche, innovation, expérimentation et formation
- **Axe D** : Dynamisation de la consommation de fruits et légumes dans le modèle alimentaire

Interfel a participé activement en 2024, aux côtés de ses organisations membres, au suivi et au déploiement de ce

plan, notamment en participant aux copil avec les pouvoirs publics et en communiquant auprès des opérateurs de la filière sur les appels à projets disponibles.

Plateforme Aides et Financements

La plateforme en ligne Aides et Financements a été développée par Interfel dans le cadre de la refonte de son site internet. L'objectif de cette page est de communiquer auprès des opérateurs de la filière fruits et légumes frais sur les dispositifs d'aide mis en place par le gouvernement et qui sont d'intérêt pour notre secteur.

En plus de diffuser l'information, Interfel propose de décrypter certains dispositifs en mettant en lumière les éléments les plus pertinents pour les différentes catégories d'entreprises de la filière. À cette fin, une newsletter dédiée ainsi qu'une adresse email générique aides-financements@interfel.com ont été mises en place en complément de la plateforme.

Cet outil a notamment servi pour communiquer sur les dispositifs du Plan de Relance, de France 2030 et, à partir de 2024, sur ceux de la Planification écologique. Une page dédiée a été créée pour le « Plan de souveraineté des Fruits et Légumes » afin de recenser les guichets pour lesquels tout ou partie du financement est ciblé pour les entreprises de la filière.



AXE A

Protection des cultures fruitières et légumières

En amont des task force de l'axe A qui se sont tenues en 2024, Interfel a réuni à plusieurs reprises le GT miroir de cet axe du plan de souveraineté pour échanger avec les professionnels sur les priorités de la filière à défendre, notamment dans le cadre du PARSADA (Plan d'action stratégique pour l'Anticipation du potentiel Retrait européen des Substances Actives et le Développement de techniques Alternatives pour la protection des cultures) et du comité des solutions.

Ainsi, la vague 1 du PARSADA doté d'un budget de 143 M€ et 27 projets lauréats (toutes filières confondues) a permis de lancer 2 plans dédiés aux fruits et légumes frais (Drosophila suzukii et gestion des adventices) débouchant sur 9 projets validés en appui de ces plans.

Tandis que le PARSADA consiste en la recherche d'alternatives à moyen-long terme, le comité des solutions qui s'est réuni pas moins de 15 fois entre mars et juillet 2024 visait quant à lui l'identification de solutions à court terme tant pour les fruits que pour les légumes.

AXE B

Compétitivité, investissements et innovation pour la filière fruits et légumes en faveur d'une production de fruits et légumes durable, décarbonée et résiliente

L'année 2024 a été particulièrement stratégique pour le déploiement de l'axe B du PSFL, dans la mesure où c'est au cours de cette année que les différents guichets de financement sont sortis après une phase importante de mobilisation des professionnels pour assurer l'adéquation de ces guichets à leurs besoins. Ainsi, dans le prolongement de la publication entre le 21 décembre 2023 et le 11 janvier 2024 des 5 AAP « agroéquipements » de France relance des guichets de France relance pour un montant global de 100 M€, Interfel et ses organisations professionnelles de l'amont se sont fortement mobilisées pour préparer la publication des guichets de la planification écologique. Dotés à l'origine d'une enveloppe similaire à celle de France 2030, ces guichets portant sur les agroéquipements fruits et légumes et du verger, la rénovation du verger et la décarbonation des serres ont abouti in fine à des cofinancements à hauteur de 75 M€ pour la filière. A cela, est venu s'ajouter d'autres guichets plus transversaux (« maturation », « phytos » et « AAP territoriaux »). De son côté, INTERFEL a avancé sur plusieurs actions concrètes de ce plan, telles que la publication du guide sur les relations contractuelles et du diagnostic logistique de filière et le travail autour de la stratégie de décarbonation.

AXE C

Recherche, innovation, expérimentation et formation

Cet axe du plan de souveraineté fruits et légumes comprend 2 leviers :

- **Levier 1** : soutenir et accélérer la recherche, l'innovation et l'expérimentation pour la filière fruits et légumes ;
- **Levier 2** : déployer une offre de formation continue spécifique à la filière fruits et légumes.

En 2024, la gouvernance de cet axe s'est mise en place avec le recrutement d'une personne au CTIFL chargée de co-animer aux côtés de l'INRAE la cellule d'animation. La signature le 29 avril 2024 d'une convention cadre tripartite entre le ministère de l'agriculture, Interfel et le Ctifl a permis de fixer une ambition partagée et des objectifs ciblés pour un partenariat public-privé autour de la recherche-expérimentation en fruits et légumes.

AXE D

Dynamisation de la consommation de fruits et légumes dans le modèle alimentaire

Le dernier axe de ce plan, demandé par Interfel pour agir sur la demande en parallèle des actions portant sur le développement de l'offre a concerné essentiellement en 2023 le déploiement du programme « Lait et Fruits à l'école », grâce à l'investissement d'Interfel pour la communication autour de ce programme.

Pour autant, cet axe comprend d'autres actions stratégiques concernant la communication sur les bénéfices nutritionnels des fruits et légumes, le renforcement de l'accessibilité des fruits et légumes pour les plus précaires et de l'éducation à l'alimentation ou encore le développement des PAT (Projets Alimentaires Territoriaux).

En 2025, la filière espère pouvoir concrétiser un grand nombre de ces actions grâce à la SNANC (Stratégie Nationale pour l'Alimentation, la Nutrition et le Climat) qui met en valeur les bienfaits pour la santé humaine, le climat et les territoires d'une alimentation riche en fruits et légumes frais.

« JAMAIS TROP » DE COMMUNICATION

COMMISSION COMMUNICATION



Olivier
Lemouzy
(ANEEFEL)
président
délégué



Grégory
Chardon
(FNP)
président
exécutif

Édito Commission Communication

« Jamais Trop », la saga continue !

En termes de communication, l'année 2024 a confirmé le succès de la campagne « Les Fruits et Légumes Frais, c'est Jamais Trop ». Une campagne qui est entrée dans sa troisième année d'existence et qui fait désormais ses preuves auprès de la génération des 25 à 34 ans et plus largement auprès des 25 - 49 ans, en faisant évoluer leurs comportements de consommation.

Ce ne sont pas moins de quatre temps forts autour de la campagne "Jamais Trop" qui ont jalonné l'année 2024, avec des actions sur le terrain et les médias pour dynamiser la consommation. Le Foodtruck a sillonné les territoires pour aller à la rencontre du public dans les festivals ou les salons pour mieux faire connaître nos produits grâce aux animations pédagogiques du réseau des diététiciens. Sur le terrain, un grand nombre d'actions ont été menées au plus proche de l'acte d'achat, dans les points de vente et en restauration collective. Côté média, la campagne a rayonné à travers les spots TV, l'affichage, la radio et le digital. Enfin, elle a aussi été très favorable au développement des relations publiques et presse, et à la production de contenus pour les sites internet et les réseaux sociaux.

« Jamais Trop » d'actions pour dynamiser la consommation

La campagne « Les Fruits et Légumes Frais, c'est Jamais Trop » a soufflé en avril 2024 sa troisième bougie avec différents temps forts visant à travailler sur les usages et à intégrer les fruits et légumes dans les occasions de consommation d'aujourd'hui. Chaque temps fort permet d'évoquer des thématiques qui portent les messages de la filière :

- « **Jamais Trop Mixte** » en avril, pour mettre en avant les fruits et légumes sur les planches apéritives.
- « **Jamais Trop Fiers** » en juin, pour donner de la visibilité à la diversité des produits, avec la mise en avant d'un étal arc-en-ciel.
- « **Jamais Trop Économe** » en septembre, pour proposer des menus faisant la part belle aux fruits et légumes frais, à budget maîtrisé.

La Commission Communication a également innové pour mettre en place une véritable stratégie d'influence. Dans un contexte de changement de consommation des médias, il était indispensable d'être présents sur les réseaux sociaux. Une vingtaine d'influenceurs ont été rencontrés par les co-présidents de la Commission Communication et

les équipes afin de leur exposer les enjeux de la filière Fruits et Légumes. L'objectif : entretenir avec eux une relation pérenne, leur proposer de rencontrer les acteurs de la filière pour les inciter à réaliser des contenus engageants et favorables à la consommation de fruits et légumes frais.

« Jamais Trop » de professionnels mobilisés et impliqués

Comme chaque année, les membres de la filière ont pu se retrouver au Salon International de l'Agriculture, pour des moments de partage et de convivialité, notamment lors de la cérémonie de remise des prix du concours des talents. Le SIA est une véritable opportunité de promotion de la filière auprès du grand public, et de rencontres privilégiées entre les membres de l'interprofession et les élus régionaux et nationaux. Des rencontres cruciales pour défendre les intérêts de la filière, notamment la pérennisation du financement du Plan de Souveraineté des Fruits et Légumes.

Par ailleurs, l'Assemblée Générale Ouverte d'Interfel en septembre a permis le renouvellement de sa gouvernance et la redéfinition des grands objectifs et enjeux selon la feuille de route du nouveau Président. La commission communication a accueilli deux nouveaux co-présidents et des nouveaux membres, afin d'assurer la continuité des échanges entre professionnels et valider les futures actions de communication collective.

« Jamais Trop » de programmes européens

L'année 2024 a permis de continuer le déploiement de trois programmes européens :

- **PLFE** (Programme Lait et Fruits à l'École), pour favoriser la distribution de fruits et légumes de la maternelle à la terminale.
- **Life is Better**, à destination de la cible des 25-34 ans qui met en avant l'angle fun et pratique de consommer des fruits et légumes.
- **Prenez en Main la Bio**, qui se concentre sur la cible des professionnels de la RHD et de la grande distribution.

Membres de la Commission Communication			
Collège Amont		Collège Aval	
FNPF Guillaume GRETER Grégory CHARDON Gilles BARAIZE Adeline GACHEIN	FELCOOP Jean Louis CHAPEYROUX Caroline DUCOURNEAU	COORDINATION RURALE Sébastien HERAUD Philippe MAYDAT Céline ROUMIEUX	ANEEFEL Camille ELEGOET Anthony LELEZ Olivier LEMOUZY Valérie AVRIL
LÉGUMES DE FRANCE Angélique DELAHAYE Valérie NICOLAS Sylvestre BERTUCELLI	GEFeL Alexandre BONNEAU Xavier MAS Jean-Louis MOULON	CONFÉDÉRATION PAYSANNE Nicolas Le BOEDEC	SAVEURS COMMERCE Sandrine CHOUX Karine BONDU Eric FABRE Samira LEMAIRE
		UNCGFL Christian BERTHE Jean-Hugues BELLAND Franck ANDRIEUX Maria RIOS CORRALES Frédéric STEFANI	FCA Nathalie MORGAND Maxime GROUARD Luka LEFORT Vincent MARTIN
		FCD Julie FAURE Willy OLSOMMER Hugues BEYLER	RESTAU'CO Yves FRIOT Marie -Cécile ROLLIN
		SNRC Aleksandra NICOLLE	SNIFL Emmanuel EICHNER Denis GINARD Jean-Luc ANGLES David PATTE
			CSIF Philippe PONS Véronique LE BAIL

Présentation de la Commission Communication

Commission Communication

La Commission Communication a pour mission de favoriser la consommation de fruits et légumes frais, 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.

La Commission Communication coordonne les différents investissements en matière de communication et d’information selon les orientations données par le Conseil d’Administration d’Interfel. Elle détermine les plans de communication annuels et suit la mise en œuvre du programme d’actions. Elle garantit la cohérence et l’efficacité d’utilisation des budgets qui sont alloués à ces actions. Elle est co-présidée par Olivier Lemouzy (Aneefel), Président Délégué et Grégory Chardon(FNPF), Président Exécutif. Elle est composée des professionnels issus des 15 organisations professionnelles, membres d’Interfel, et des responsables de la Direction Communication d’Interfel et d’Aprifel. Dans un contexte de sous-consommation des fruits et légumes frais (en moyenne 1 Français sur 3 arrive à atteindre la recommandation du PNNS et seulement 10 % des enfants*) et au regard des recommandations de santé publique, des attentes des consommateurs pour une alimentation saine et durable et du potentiel que représentent les fruits et légumes face aux demandes à venir, Interfel déploie un programme d’actions visant à encourager la consommation de fruits et légumes : campagnes de communication, événements au plus proche du public, encadrés par des diététiciens, actions d’information auprès des parties prenantes et échanges avec les pouvoirs publics pour soutenir la filière. 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.

BUDGET COMMUNICATION 2024 RÉPARTITION PAR TYPE DE FINANCEMENT

Total réalisé	12 813 721 €
Budget CVE	10 960 646 €
Budget FAM	-
Subventions EU	1 853 075 €*
Budget Autres	-

*dont prog. EU 908 777 € et prog. PLFE 929 223€

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

L’échange entre les professionnels et les équipes d’Interfel au sein de la Commission et des Groupes de Travail est indispensable. Il permet d’être proche des réalités du terrain et de mieux comprendre les enjeux des organisations professionnelles. Les professionnels de la filière bénéficient de l’expertise communication des équipes et du temps passé nécessaire à mettre en œuvre les différentes actions que sont l’achat d’espace média, la publicité sur les lieux de vente, la communication digitale et le webmarketing, la promotion, l’événementiel, les relations publiques et presse, les relations institutionnelles... Ce savoir-faire est mis au service des professionnels pour proposer des campagnes impactantes qui incitent 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 2025

Dans la continuité de 2024, le plan de communication 2025 sera basé sur la campagne « Jamais Trop » avec 4 à 5 temps forts soutenus par des vagues médias. Certains de ces temps forts mettront l’accent sur les animations terrain auprès du grand public, sur les salons et festivals mais aussi dans les points de vente et les lieux de consommation.

**source : Credoc, enquête CCAF 2019*

Dynamisation de la consommation

Interfel s’adapte aux nouvelles habitudes médias des consommateurs !

Toute l’année 2024, Interfel soutient les temps forts de communication en mettant en place des campagnes publicitaires et partenariats médias. Un objectif prioritaire : dynamiser la consommation !

Aujourd’hui, le défi réside dans la diversité de médias consommés par les consommateurs : radio, presse, TV, internet, réseaux sociaux... Interfel a relevé le défi en s’imposant dans le paysage publicitaire en investissant les grands médias à 60 % et – nouveauté – le digital à 40 %, largement consommé par les 25-49 ans, notamment sur les réseaux sociaux.

Les enjeux relevés en 2024 :

- Maintenir la visibilité et l’impact des campagnes médias auprès des 25-49 ans via la télévision, la radio, le cinéma et l’affichage urbain
- Renforcer les communications digitales auprès des 25-34 ans avec des vidéos inspirantes et des publicités sur les plateformes Netflix, Amazon, YouTube et sur leurs sites internet préférés

Dynamisation de la consommation

« Les fruits et légumes frais, C’est Jamais Trop », un succès confirmé !

Pour la 3^{ème} année consécutive, Interfel renouvelle la campagne « les fruits et légumes frais, c’est Jamais Trop » afin de dynamiser la consommation de ses produits auprès du Grand Public et plus particulièrement la génération des 25 – 34 ans.

En misant sur la simplicité, le plaisir et la diversité, la campagne « Jamais Trop » est en train de faire changer les fruits et légumes frais de dimension. Plus colorés, plus modernes, plus gourmands, les fruits et légumes retrouvent une place dans le quotidien des Français.

En 2024, le plan de communication s’articule sur 4 temps forts :

- « Jamais Trop Mixte » du 1^{er} avril au 30 mai 2024
- « Jamais Trop Fiers » du 1^{er} au 30 juin 2024
- « Jamais Trop Econome » du 1^{er} au 30 septembre 2024
- « Jamais Trop campagne générique » du 1^{er} novembre au 15 décembre 2024.

LES CHIFFRES TOTAUX 2024

21 millions de français 25-49 ans touchés par les campagnes de publicité	11 campagnes de publicité / -3 campagnes versus 2023 (14)	815 millions de contacts en Radio, TV, cinéma / +9 % versus 2023	1,158 milliard de contacts en affichage statique et dynamique / + 13 % versus 2023	349 millions de contacts en digital et vidéo en ligne/ + 70 % versus 2023
--	---	--	--	---





Dynamisation de la consommation

« Jamais Trop Mixte » : les fruits et légumes s'invitent sur les planches apéros !

Les planches mixtes à l'apéro rencontrent un succès fou et font désormais partie des habitudes culinaires des Français. En effet, 57 % des 25-34 ans déclarent prendre un apéritif au moins une fois par semaine. (source YouGov, 2021)

LES CHIFFRES CLÉS

32 000

personnes sensibilisées sur toutes les animations

4 400

participants au jeu concours jamaistrop.fr

10,5

millions d'individus 25-49 ans touchés en TV

47

journalistes et influenceurs présents à l'atelier créatif « planches mixtes maison »

Néanmoins, la planche mixte telle qu'on la connaît ne fait aucune place aux fruits et légumes frais, puisqu'elle est principalement composée de fromage et charcuterie. La campagne « Jamais Trop Mixte » a pour ambition d'apporter plus de diversité et de mixité dans les planches apéritives grâce aux fruits et légumes frais, pour des planches vraiment mixtes !

- Réalisation de **300 animations en points de vente et en restauration d'entreprise**
- Organisation d'un **jeu concours national d'incitation à l'achat** de fruits et légumes sur www.jamaistrop.fr
- **Diffusion du spot TV** du 1^{er} au 21 avril sur diverses chaînes TV (TF1, TFX, W9, TMC, NRJ12, 6TER, BFM TV, RMC DECOUVERTE et la chaîne L'EQUIPE

- Une semaine d'**affichage urbain** dans des villes de + de 200 000 habitants sur le territoire
- Une semaine d'affichage dans plus de 270 stations du métro parisien
- Diffusion de **contenus inédits de planches** « Jamais Trop mixtes » sur les réseaux sociaux et sur le site internet des fruits et légumes frais
- Des **collaborations virales avec des influenceurs** incluant des dégustations de planches apéritives en live sur les réseaux sociaux
- Un **atelier avec la presse et les influenceurs** pour créer des planches mixtes

Une thématique sur la planche apéritive qui a été particulièrement appréciée par les 25-49 ans avec une note de 7,5 sur 10 attribuée à l'affiche de la campagne. Une campagne qui donne envie à près de **9 répondants sur 10 de proposer des fruits et légumes à l'apéro ou d'en manger à cette occasion.** (évaluation du cabinet CSA sur la base de 1174 répondants, avril 2024).

LES CHIFFRES CLÉS

57%

des 25-34 ans déclarent prendre un apéritif au moins une fois par semaine. (source YouGov, 2021)

1/3

Pour plus d'un tiers des 25-49 ans, l'apéritif dinatoire remplace le repas ! (étude du cabinet CSA)

64%

Les fruits et légumes frais sont le 3^{ème} produit consommé à l'apéritif pour 64 % des 25-49 ans (étude du cabinet CSA)

Dynamisation de la consommation

« Jamais Trop Fiers » : les fruits et légumes fêtent la diversité de leurs couleurs !

Au mois de juin, à l'occasion du mois des fiertés, la filière des fruits et légumes frais rend hommage à la diversité de ses produits sous toutes leurs formes, goûts et couleurs. Une occasion idéale pour les fruits et légumes frais d'assumer et d'étaler avec esthétisme et sans complexe leur diversité et leur gourmandise incomparables !

- Réalisation de **450 animations** en points de vente et en restauration d'entreprise
- Organisation d'un **jeu concours national d'incitation à l'achat** de fruits et légumes sur www.jamaistrop.fr
- Organisation d'un **événement grand public** : l'Arche des Fiertés
- Diffusion du **spot en TV** pendant 3 semaines sur TF1, TFX, W9, TMC, NRJ12, 6TER, BFM TV, RMC DECOUVERTE et C8
- Diffusion du **spot au cinéma**, dans près de 1500 salles
- Une semaine d'**affichage urbain dans 33 agglomérations** sur le territoire

- Une semaine d'affichage lors des marches des fiertés dans 6 grandes villes : Lyon, Bordeaux, Toulouse, Marseille, Strasbourg et Paris
- Des collaborations virales avec des influenceurs réalisant des recettes « arc-en-ciel »
- Implication et valorisation des acteurs de la filière des fruits et légumes frais à travers l'**opération digitale « De quoi t'es fier ? »**

LES CHIFFRES CLÉS

60 000

personnes sensibilisées lors des animations en point de vente et RHD

8,3 millions

d'individus 25-49 ans touchés par la campagne TV

3,5 millions

de vues sur les vidéos recettes des influenceurs

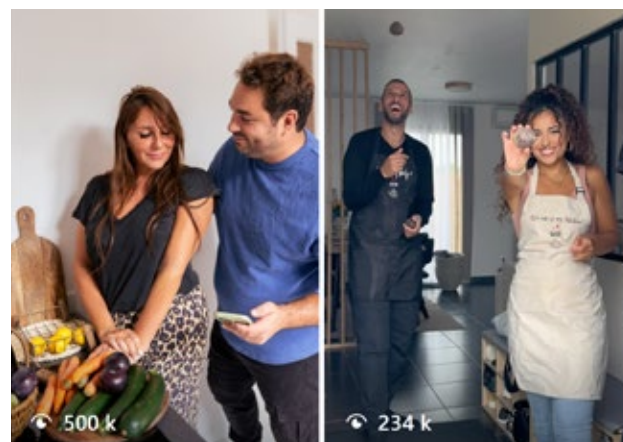
20 000

vues de l'opération « De quoi t'es fier ? » avec les professionnels de la filière fruits et légumes frais sur Instagram et LinkedIn

70 000

visiteurs sur l'évènement Arche des Fiertés





Dynamisation de la consommation

« *Jamais Trop economie.fr* » : Maîtriser son budget avec les fruits et légumes frais, c'est POSSIBLE !

Face à l'inflation et une perception de prix élevé des fruits et légumes, Interfel déploie depuis 2 ans une solution pratique pour les consommateurs : « *Jamais Trop economie.fr* » !
La filière propose ainsi chaque semaine, une liste de courses de fruits et légumes pour maîtriser son budget.

LES CHIFFRES CLÉS

8,5 millions
d'individus âgés de plus de 50 ans
et 5,2 millions de personnes
25-49 ans touchés
par la campagne radio

Plus de
362 000
visites sur le site

Cette liste est accompagnée de suggestions de menus et recettes associées pour toute la semaine, fraîchement concoctés par le réseau des diététiciens d'Interfel pour allier plaisir et alimentation équilibrée.

Interfel démontre que l'on peut se faire plaisir, chaque jour, en consommant des fruits et légumes frais. Deux populations en baisse de consommation sont particulièrement visées par le dispositif : les plus de 50 ans, et les foyers modestes avec enfant.

Du 1^{er} au 30 septembre, Interfel met un coup de projecteur dans les médias, sur internet et les réseaux sociaux pour recruter toujours plus d'utilisateurs !

- Une campagne en radio et sur internet pendant 3 semaines pour faire connaître au plus grand nombre « *jamaistrop-economie.fr* »
- Des fonctionnalités inédites sur le site « *jamaistrop-economie.fr* » pour faciliter le quotidien et les achats

des consommateurs : navigation facilitée, ajustement du nombre de personnes du foyer

- Des collaborations virales avec des influenceurs sur les réseaux sociaux ! Les créateurs de contenu jouent le jeu des menus « *Jamaistrop-economie.fr* » tout le mois de septembre et invitent leur communauté à faire pareil !

Un dispositif qui donne envie et qui génère de la confiance

6 consommateurs sur 10 déclarent que *jamaistrop-economie.fr* leur permet de manger des fruits et légumes frais tout en maîtrisant leur budget (Source : CSA sur la base de 97 participants, 2023)

Dynamisation de la consommation

« Jamais Trop » de retour en novembre pour finir l'année en beauté !

La campagne « Jamais trop » fait son retour dans les médias et sur internet à l'automne. Un objectif : faire rêver et saliver les consommateurs jusqu'aux fêtes de fin d'année ! Pour inspirer les Français à la maison, les fruits et légumes frais ont choisi de devenir les complices des moments de convivialité : les soirées jeux.

Et c'est parti ! Des bâtonnets de légumes et des fruits s'installent à côté des chips, du fromage et du jambon, pour donner des couleurs et du goût sur la table !

- Une campagne d'affichage animée dans 333 galeries commerciales d'hypermarchés et supermarchés et dans 256 gares SNCF partout en France
- Une campagne d'affichage sur les quais du Métro parisien dans plus de 270 stations
- Diffusion du spot TV du 15 novembre au 8 décembre sur diverses chaînes TV : TMC, TFX, TD1SF, W9, 6TER, BFMTV, RMC2 et NJR 12 et en digital jusqu'au 31 décembre
- Une collaboration avec la chaîne "Table Quest" : 6 parties de jeu diffusées en live sur internet pendant lesquelles les joueurs accompagnent leur soirée de planches de fruits et de légumes - les vidéos sont diffusées en live sur Twitch puis sur Instagram et YouTube
- Sur les réseaux sociaux : collaborations gourmandes avec les influenceurs Gastronomage et La Grande Bouffe qui ont pu créer et diffuser 2 vidéos recettes

LES CHIFFRES CLÉS

9,8 millions
d'individus 25-49 ans
touchés par la campagne TV

3,6 millions
de vues sur les vidéos
de recettes et de Table Quest

Plus de
5 millions
de contacts touchés
sur les réseaux sociaux

Un dispositif puissant et gourmand qui a suscité l'adhésion des consommateurs pour finir l'année en beauté.

L'ensemble des vidéos, posts influenceurs et recettes sur les réseaux sociaux ont recueilli plus de 100 000 « j'aime », commentaires et partages !





Dynamisation de la consommation

Une présence au plus proche de l'acte d'achat renforcée en 2024

Interfel met en place des campagnes d'activations sur l'ensemble des canaux de distribution : Hypermarché, Supermarché, Primeur, Drive et également en restauration collective : scolaire et entreprise.

Notre objectif : renforcer la visibilité des fruits et légumes frais sur le terrain et inciter les consommateurs à acheter et consommer nos produits.

Les enjeux relevés en 2024 :

- Augmenter notre présence dans les circuits de distribution
- Proposer une véritable expérience au consommateur à travers des animations plus événementielles en plaçant l'incitation à l'achat au cœur du dispositif.
- Développer un nouveau site de commande en ligne de supports de communication à destination des professionnels de la filière : La Boutique Communication

LES CHIFFRES TOTAUX 2024

760

animations en GMS et Primeurs réalisées (+11 % versus 2023)

5 %

d'augmentation des ventes de fruits et légumes lors des animations (déclaration chefs de rayon)

83 %

des supports disponibles pour les campagnes « Jamais Trop » ont été commandés sur la boutique de communication

82 805

personnes sensibilisées (+78 % par rapport à 2023)



Dynamisation de la consommation

La tournée « Jamais Trop »

En 2024, la tournée « Jamais Trop » a sillonné la France avec son foodtruck et sa cuisine mobile accompagnés de leurs animations pour faire (re)découvrir la diversité et la modernité des fruits et légumes frais. Une campagne de terrain forte, soutenue par une stratégie RP dynamique, animée par le réseau des diététiciens.

LES CHIFFRES CLÉS

85

jours d'événements

50 000

personnes ont participé aux animations proposées.

7,4 millions

Une augmentation des retombées presse de 50 % (versus 2023), avec 7,4 millions de contacts touchés.

Objectifs :

- Aller à la rencontre des 25-34 ans et plus largement des 25-49 ans, partout en France
- Valoriser les fruits et légumes frais à travers des dégustations gourmandes, simples et faciles à réaliser
- Créer du lien et de la proximité avec des animations originales et ludiques

Moyens mis en œuvre

- Un foodtruck et une cuisine mobile habillés aux couleurs de la campagne
- Dégustations, vélos smoothies, jeux interactifs, borne photo.
- Animations réalisées par nos diététicien(ne)s et notre animateur
- Relais via les réseaux sociaux et influenceurs

Quelques exemples d'événements :

- Lyon Street Food Festival – 13 au 16 juin 2024
- Garorock – 27 au 30 juin 2024
- Eurockéennes – 4 au 7 juillet 2024
- Foire de Châlons – du 30 août au 9 septembre 2024

Le Foodtruck dans la Presse

À chaque déplacement du Foodtruck dans le cadre de la tournée « Jamais Trop », un communiqué de presse annonçait sa venue dans la ville concernée. Au total, 14 communiqués ont ainsi été diffusés auprès de la presse régionale.

Le Communiqué de presse « Tendance Consommation », un levier stratégique

Depuis son lancement il y a deux ans, le communiqué de presse « Tendance Consommation » s'est imposé comme un outil clé pour Interfel. Il a permis de renforcer la présence de l'Interprofession dans la presse généraliste et de l'affirmer comme une référence sur les tendances du secteur. Au-delà de son rôle médiatique, ce dispositif constitue un véritable support interne pour les professionnels de la filière. Avec une visibilité en hausse de +188 % en deux ans, il confirme son efficacité et sa pertinence dans la stratégie de communication d'Interfel.

Dynamisation de la consommation

Les fruits et légumes frais, « Jamais Trop gourmands » sur les réseaux sociaux

Les réseaux sociaux représentent un canal primordial pour toucher les 25-34 ans. Un objectif prioritaire : faire des fruits et légumes frais un objet de culture qui réunit toute une génération et qui donne envie d'en manger, au-delà d'un simple ingrédient culinaire.

LES CHIFFRES CLÉS

618 contenus au total réalisé en 2024, + 3,5 % par rapport à 2023

8 millions de personnes touchées, +217 % par rapport à 2023 !

2 % taux d'engagement

En 2024, Interfel a créé des centaines de vidéos inspirantes sur les réseaux sociaux Instagram, Facebook et TikTok, et de nombreux partenariats avec des influenceurs. Ces influenceurs sont issus de divers univers : recettes de cuisine, divertissement, vie quotidienne et humour. Ces actions ont touché des consommateurs dans toute la diversité de leurs centres d'intérêts, hommes et femmes, partout en France !

Les enjeux relevés en 2024 :

- Moderniser la ligne éditoriale pour inciter les 25-34 ans à consommer des fruits et légumes frais au quotidien, en utilisant leurs codes, en passant des contenus « photos » aux contenus « vidéos » encore plus populaires

- Valoriser les métiers de la filière en tournant des vidéos reportages avec des influenceurs sur le terrain à la rencontre des professionnels : producteurs, grossistes, primeurs... Ces reportages authentiques ont suscité la curiosité des consommateurs et ont créé une vraie proximité entre eux et les professionnels de la filière
- Conquérir les consommateurs « hommes », historiquement moins présents sur les réseaux sociaux des fruits et légumes frais



Programme Européen

Life is Better : les fruits et légumes frais rythment l'été

Interfel en partenariat avec l'Association Interprofessionnelle de la Banane et Bord Bia – l'agence irlandaise de promotion des produits agricoles – ont déployé la dernière année du programme européen de promotion Life is better.

Un objectif ambitieux :

dynamiser la consommation des 25-34 ans en allant à leur rencontre, là où ils passent de bons moments : apéros, loisirs estivaux et festivals de musique !

Le Dispositif déployé :

- Les fruits et légumes frais, et la banane, s'invitent au Festival Rock en Seine avec un stand ultra-gourmand, alliant vélo-smoothies, quiz avec les diététiciens et dégustations

- Plus de 100 vidéos postées sur Instagram pour ouvrir l'appétit : tutos, recettes et astuces anti-gaspi !
- Un partenariat avec le média digital Demotivateur pour créer 3 vidéos mélangeant humour, gourmandise et fruits et légumes, diffusées sur les réseaux sociaux et sites internet du partenaire
- Une mobilisation de la presse et des influenceurs à l'occasion de deux ateliers cuisine d'exception : le 1^{er} sous la houlette du chef Mohamed Cheikh et le 2nd avec le chef Danny Khezzar, tous deux anciens candidats de Top Chef

Un programme de promotion qui allie présence sur le terrain et sur les réseaux sociaux pour convaincre les consommateurs de sauter le pas : plus de 8 personnes sur 10 jugent que c'est simple d'intégrer des fruits et légumes dans son alimentation au quotidien

(Source Occurrence, 2025)

LES CHIFFRES CLÉS

76 % des consommateurs ont bien compris les messages de simplicité, de plaisir ou de nomadisme des fruits et légumes

8/10 La campagne donne envie à 8 personnes sur 10 de consommer des fruits et légumes

Près d'1 personne sur 2 déclare que manger des fruits et légumes frais permet de se sentir bien (Source Occurrence, 2025)

LES CHIFFRES CLÉS

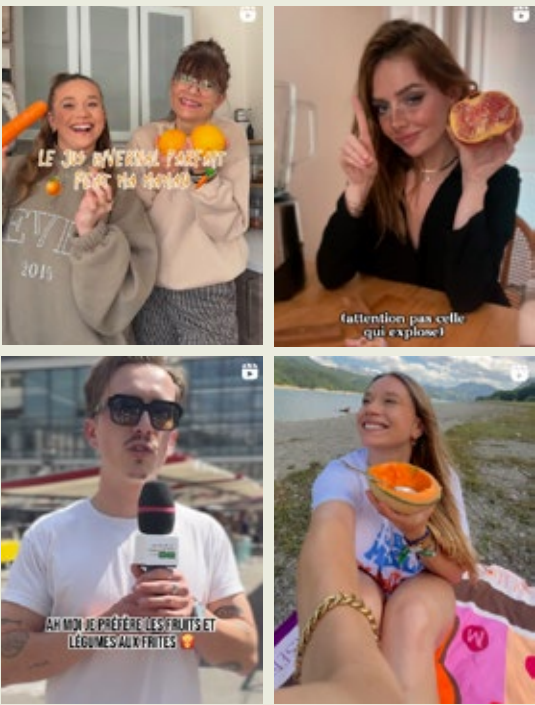
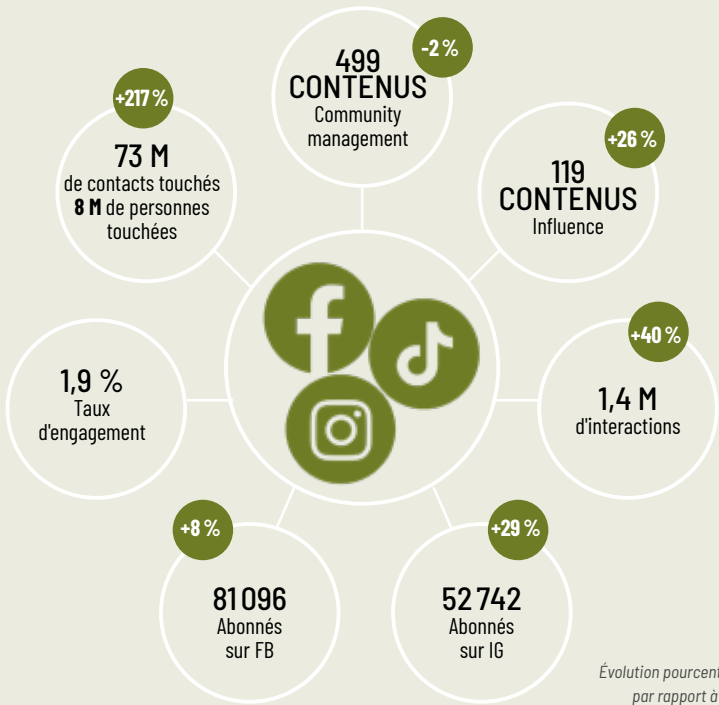
2 400 visiteurs sur le stand et + de 7 200 fruits et légumes distribués

18,5 millions de personnes touchées par la campagne sur les réseaux sociaux

Plus d'une vingtaine d'influenceurs et journalistes ont relevé le défi des chefs pour concocter des plats gourmands, qu'ils ont partagés sur Instagram pour un total de plus de 70 photos et vidéos

Les médias sociaux et l'influence

Une année 2024 puissante sur les réseaux sociaux avec une augmentation de l'influence dans les contenus





Stratégie enfants

Fraich'Force : les fruits et légumes frais ont conquis les enfants

Après trois années de cofinancement par l'Union Européenne, Interfel donne suite à la campagne *European Fraich'Force* en recentrant ses efforts sur ce qui marche le mieux : les médias, les actions en restaurants scolaires et sur le terrain.

LES CHIFFRES CLÉS

La campagne en télévision et sur internet a sensibilisé
3,6 millions
d'enfants

19 648
enfants sensibilisés
en restauration scolaire

2 220
enfants sensibilisés
lors des 3 salons
et événements en région

Objectif :

augmenter la connaissance des enfants de 4 à 10 ans sur les fruits et légumes frais et les inciter à en consommer davantage !

Dispositif :

du 1^{er} au 30 novembre, les mascottes Frutti, Veggi ainsi que Will et Maya ont fait leur retour à la télévision et sur le digital, et ont parcouru la France pour promouvoir la consommation de fruits et légumes auprès des enfants. La campagne mise sur des expériences sensorielles et ludiques pour éveiller leur curiosité et leur faire apprécier ces produits essentiels à une alimentation équilibrée.

- **Dispositif média** : diffusion à la télévision sur Gulli ainsi que YouTube de 8 nouveaux épisodes courts et rediffusion du programme court de 12 épisodes sur Gulli
- **Dispositif marketing opérationnel** : 255 animations en RHD scolaire aux couleurs de la Fraich'Force
- **Dispositif événementiel** : présence à Kid Expo (Paris Montreuil), La fête de la pomme (Dompierre-sur-Mer) et la Régala de du Min (Marseille)
- **Dispositif RP** : 2 communiqués de presse diffusés
- **Dispositif web** : Une page actualisée et interactive dédiée à Fraich'Force sur lesfruitsetlegumesfrais.com

Fraich'Force dévoile en 2024 de nouvelles vidéos, spécialement dédiées à YouTube : courtes et dynamiques, les deux mascottes Frutti et Veggi distillent les anecdotes et informations sur les fruits et légumes à la façon des influenceurs d'aujourd'hui !

50 % des enfants connaissent les mascottes
90 % des enfants déclarent avoir appris des choses sur les F&L



80 %
déclarent consommer plus de F&L

Source : Occurrence Institut de sondage - Post-test octobre 2023 sur un échantillon de 800 enfants et parents âgés de 6 à 10 ans.



Stratégie Enfants

Un financement exceptionnel pour promouvoir « Les fruits et légumes à l'école »

Pour la première fois, Interfel fait la promotion du programme de l'Europe « fruits et légumes à l'école » auprès des enfants et des professionnels éligibles.

Avec 16 millions d'euros disponibles pour les fruits et légumes frais, cette campagne de promotion du « PLFE » est stratégique pour sa notoriété et l'augmentation de la consommation de fruits et légumes frais par les enfants.

- Création d'un **guide professionnel** et de **vidéos témoignages** pour encourager la souscription au programme

- Distribution par les délégués régionaux, sur LinkedIn et sur le site interfel.com, avec des articles explicatifs de la démarche
- **Lancement d'une grande campagne media** avec la diffusion d'un film publicitaire, du 1^{er} avril au 31 mai en télévision, cinéma et internet pour mobiliser les enfants et leurs parents à jouer un rôle de prescripteur du programme

Le guide a été perçu comme un **véritable outil d'accompagnement** à la mise en place du programme.

Un nouveau film publicitaire inédit avec une nouvelle approche créative, **le manga qui a marqué les esprits !**

58 % des enfants déclarent connaître le programme après la campagne

63 % des parents interrogés indiquent connaître le programme après la campagne

Source : Etude post-test cabinet CSA, 2024

Valeur incitative du spot auprès des enfants de 4 à 11 ans

Un film publicitaire particulièrement incitatif qui donne envie, pour un tiers des enfants, de demander à leurs parents de contacter le responsable de la restauration scolaire.

LES CHIFFRES CLÉS

Près de **350**
guides diffusés aux professionnels

Vidéos et témoignages pour les professionnels :
1 400 vidéos vues

La campagne en télévision a sensibilisé
7,8 millions
d'enfants



LES CHIFFRES CLÉS

603 652

visiteurs

11600

dégustations et smoothies

14

animations culinaires pro/amateurs

4

zones immersives « innovation et recherche »

- zone biodiversité
- zone prévention des maladies
- zone automatisation et robotisation
- zone serre et aléas climatiques

Enjeux sociétaux - SIA

Salon de l'Agriculture 2024 : l'innovation et la recherche sous les projecteurs !

Le Salon International de l'Agriculture est LE grand rendez-vous des professionnels de la filière fruits et légumes frais avec les hommes et femmes politiques et le grand public.

Un SIA immersif pour incarner l'innovation et la diversité de la filière F&L

En 2024, Interfel a confirmé son engagement au Salon de l'Agriculture avec un dispositif puissant, tourné vers l'innovation, le plaisir et la proximité. L'espace grand public a permis de capitaliser sur la nouvelle campagne « Jamais Trop » et de proposer un parcours sensoriel engageant, entre animations, dégustations et expériences digitales.

Un triple objectif relevé par Interfel :

- Capitaliser sur la nouvelle campagne de communication « Jamais Trop » et montrer toute la diversité et la gourmandise des fruits et légumes frais
- Valoriser les acteurs de la filière à travers l'évolution de leurs métiers et l'innovation
- Capter les 25-34 ans via des dispositifs interactifs

Animations grand public

- Vélos smoothies
- Démonstration culinaire
- Jeu de la roue
- Borne photo
- Bornes d'arcade
- 11 600 dégustations et smoothies

Enjeux sociétaux - SIA

« Jamais Trop » de présence dans les médias

Des actualités stratégiques et une visibilité renforcée.

L'édition 2024 du Salon de l'Agriculture a une nouvelle fois offert une forte visibilité à la filière des fruits et légumes frais. Avec le premier anniversaire du **Plan de Souveraineté Fruits et Légumes**, mais aussi grâce à une **présence proactive** des représentants d'Interfel sur les plateaux TV et radios, les sujets portés par l'interprofession ont bénéficié d'un large écho médiatique.

L'**enquête d'opinion sur la consommation de fruits et légumes en Europe**, menée avec l'Institut Bonafidé, ainsi que le **Baromètre de confiance des fruits et légumes frais**, ont suscité un intérêt marqué de la presse. Des interventions sur **M6, RTL, BFM TV et Public Sénat**, ainsi que des exclusivités avec **Le Figaro** et **RTL**, ont confirmé l'importance des enjeux de la filière auprès des médias grand public et spécialisés.

Le partenariat RTL

Du 24 février au 3 mars 2024, RTL s'est installé au Salon International de l'Agriculture sur le stand « Les fruits et

légumes frais, c'est « Jamais Trop ». À cette occasion, la station a délocalisé quinze émissions, réalisé une matinale en direct et organisé de nombreuses animations publiques. Danny Khezzar, finaliste de Top Chef 2023, est intervenu à plusieurs reprises pour animer une masterclass culinaire et produire des contenus exclusifs pour les réseaux sociaux, notamment sur Instagram. En parallèle, l'antenne a diffusé de nombreux reportages, interviews et chroniques, assurant une visibilité continue de l'opération durant toute la durée du Salon.

En amont de l'événement, RTL avait enregistré **cinq interviews de professionnels** du secteur diffusées dans l'édition de 19h et lancé une campagne de spots radio pour annoncer notre présence au SIA. Pendant toute la semaine, la station a renforcé sa couverture en direct, multipliant les interventions pour entretenir un lien régulier avec ses auditeurs. Grâce à ce dispositif exceptionnel mêlant radio, événementiel et digital, RTL a touché au total **25 millions de contacts**.

LES CHIFFRES CLÉS

185

retombées, dont 36 TV/radio pour une audience de 363,8 millions

21

journalistes présents lors des Matinales

22

interviews

4

communiqués de presse

3

newsletters envoyées

1

dossier de presse inédit aux couleurs de la campagne « Jamais Trop »





Enjeux sociétaux - SIA

Le Salon de l'Agriculture : un lieu incontournable pour rencontrer les politiques

Dans un contexte inédit de mobilisation agricole, le Salon international de l'Agriculture 2024 a été marqué par de nombreuses rencontres avec nos interlocuteurs politiques, mais aussi par l'organisation d'événements qui se sont déroulés sur le stand d'Interfel, notamment à l'occasion du premier anniversaire du plan de souveraineté fruits et légumes en présence du ministre de l'Agriculture et de la souveraineté alimentaire Marc Fesneau.

Le stand d'Interfel a permis à l'ensemble des professionnels de la filière d'organiser et d'assister à de nombreux rendez-vous. Les séquences politiques se sont succédées, notamment avec la venue du Premier ministre Gabriel ATTAL, les ministres de l'Agriculture, de la Santé et des solidarités, de la Transformation et de la Fonction publique, du Commerce Extérieur, de l'Enfance, la Jeunesse et des Familles, mais également de nombreux parlementaires du Sénat, de l'Assemblée nationale et du Parlement européen, de la Commission européenne, ainsi qu'avec l'Administration centrale, des établissements publics, des délégations internationales, régionales, des Associations d'élus et autres élus de nos territoires soulignant l'implantation grandissante d'Interfel dans les régions. Toutes ces rencontres ont été particulièrement bien relayées sur les réseaux sociaux.

Au total, c'est 207 contacts institutionnels (exécutif, parlementaires, élus locaux, administrations, députés européens).

Un point d'étape « un an après » le lancement du plan de souveraineté fruits et légumes au Salon

Marc Fesneau a souhaité faire un point d'étape afin de présenter les avancées du plan « un an après son lancement », mais aussi de renforcer et poursuivre les actions fixées avec les professionnels. Il a rappelé l'enveloppe inédite de financements priorités en 2023 de France 2030 et annoncé un financement de 100 millions d'euros en 2024 qui sera dédié à la filière dans le cadre de la planification écologique et qui servira à concilier reconquête de la souveraineté fruits et légumes et transition agroécologique.



Plusieurs matinées thématiques ont également été l'occasion de présenter les résultats du baromètre de confiance (avec FranceAgriMer), ainsi que ceux de l'enquête d'opinion européenne sur la consommation de fruits et légumes, ou encore des matinales dédiées aux territoires et à l'innovation.

Présentation des résultats d'une enquête d'opinion menée par Interfel sur « Les Européens et leur consommation de fruits et légumes »

Interfel a mené, en lien avec l'Institut de sondage Bona Fidé, une enquête d'opinion dans cinq États membres de l'Union européenne (Allemagne, Espagne, France, Italie, Pays-Bas) sur la consommation de fruits et légumes. Les résultats de cette enquête ont été restitués devant la presse à l'occasion du Salon de l'Agriculture.

Si les Européens souhaitent majoritairement aller vers un régime plus végétal et augmenter leur consommation de fruits et légumes, ils identifient plusieurs freins à la consommation de fruits et légumes frais comme :



l'inflation, la praticité pour les cuisiner, le goût et le manque de traçabilité. Malgré tout, des attentes convergentes à l'égard de l'UE et de ses politiques au sein des 5 pays sont très largement partagées dans l'enquête, telles que la suppression des taxes sur les fruits et légumes, la mise en place de programmes d'éducation nutritionnelle et d'un chèque fruits et légumes.

Une enquête particulièrement bien relayée dans les médias lors du Salon de l'Agriculture.



Le concours « Les Talents des fruits et légumes – Le Challenge des Commerces » continue de mobiliser les professionnels

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 du détail afin de proposer des produits variés et de qualité aux consommateurs.



L'édition 2024 :

Cette édition 2024 a ainsi recensé **103 candidats** répartis dans 5 catégories et dans 5 régions différentes (Île-de-France, Nord-Est, Nord-Ouest, Sud-Est et Sud-Ouest)

Les 5 catégories :

- Hypermarché
- Supermarché
- Commerce de proximité
- Primeurs en magasin
- Primeurs sur marché

L'élection des Lauréats Régionaux 2024 :

Après avoir renseigné le dossier d'inscription, les candidats ont reçu la visite d'experts du CTIFL et ont été évalués selon différents critères : la qualité et la fraîcheur des produits, l'assortiment, la présence d'informations auprès du consommateur.



A l'issue de ces visites, le jury a délibéré et a sélectionné les lauréats à l'échelle régionale, par secteur géographique et par catégorie de magasin.

Les lauréats régionaux ont eu la chance d'être valorisés dans la Presse Quotidienne Régionale.

L'élection des Lauréats Nationaux 2024

Le lauréat régional ayant reçu la meilleure note du Jury, devient **lauréat national** dans sa catégorie.

Les noms des lauréats nationaux sont annoncés en direct lors de la cérémonie de remise des prix au Salon International de l'Agriculture sur le stand des Fruits et Légumes frais, en présence de Laurent GRANDIN, Président d'Interfel et de Jacques ROUCHAUSSÉ, Président du CTIFL, ainsi que des représentants des familles professionnelles d'Interfel.

Les lauréats nationaux 2024 :

- Catégorie Hypermarché : FLIEG Cédric – Leclerc Wintzenheim-Logelbach (68) ;
- Catégorie Supermarché : ABBAS Aghiles – Intermarché Mainvilliers (28) ;
- Catégorie Commerce de proximité : LARABI Sid Ahmed – Intermarché Jussieu Paris V^{ème} (75) ;
- Catégorie Primeur en magasin : HEINTZEMAN Cassandra – Grand Frais Le Primeur de Corneilles (95) ;
- Catégorie Primeur en magasin : LEC'HVIEN Nicolas – L'atelier Fermier Perros-Guirec (22) ;
- Catégorie Primeur sur marché : ARGENTAIN Sébastien – Maison Argentin Le Havre (76) ;
- Prix spécial Primeurs : HAMON Marie – Primeur des Lys (27)
- Prix spécial Grande Distribution : COTARD Anthony – Super U Le Controis en Sologne (41)



LES CHIFFRES CLÉS

103 candidats
6 lauréats nationaux
2 lauréats prix spécial du jury



Actions fruits et légumes Bio

Accompagner les pros à « prendre en main la Bio » !

En 2024, la situation s'est améliorée pour la filière des fruits et légumes bio, portée par une baisse sensible de l'inflation et un regain d'intérêt des consommateurs. Cette dynamique plus favorable a permis de mieux équilibrer l'offre et la demande, redonnant des perspectives positives aux acteurs du secteur.

Interfel a poursuivi son engagement en faveur du bio avec la troisième et dernière année du programme européen « **Prenez en main la bio** », ciblant les professionnels de la filière, et la poursuite de la campagne grand public « **#Bioréflexe** ». Grâce à une présence renforcée dans les médias et sur le terrain, ces actions ont contribué à sensibiliser et mobiliser les consommateurs, les professionnels et les élus autour des atouts des fruits et légumes bio.

La Bio chez les Pros : Accompagner et Former

Le programme européen Bio a poursuivi en 2024 son action auprès des professionnels de la RHD et de la distribution, avec un accent sur la formation et la sensibilisation.

- Présence sur **trois salons majeurs** : Campus Cook, Restau'Co et le Salon des Maires, réunissant 3 400 professionnels
- **Deux vidéos** en Motion Design pour promouvoir l'intégration des produits bio en restauration collective et médicosociale ;
- **Trois sessions** de médiatraining pour accompagner les porte-paroles de la filière
- **Quatre formations** pour aider les hôpitaux et EHPAD à structurer leurs achats en bio
- **Un voyage de presse** au centre CTIFL de Carquefou, en présence de 6 journalistes et 33 articles sur l'année pour

une audience totale de 23 463 542 contacts
• Site web : **23 401 visites (+229 %)** grâce à un renforcement des actions digitales.

Des initiatives concrètes résolument tournées vers les professionnels pour les accompagner dans la valorisation des aménités de la bio.
Retrouvez tous nos outils sur www.prenezenmainlabio.eu

Avec le Bio réflexe, mangez bon, mangez bio !

La campagne radio Bio Réflexe, qui s'est tenue du 2 au 13 juillet 2024, visait à dynamiser la consommation de fruits & légumes bio en ciblant les gros acheteurs (CSP+ et RDA 50+). Portée par le Comité Bio et la Commission Communication, la campagne s'est articulée autour d'un format court et impactant pour valoriser la bio comme un choix de qualité et de goût, renforçant l'intérêt et l'engagement des consommateurs vis à vis du BIO RÉFLEXE !



LES CHIFFRES CLÉS

3 400 professionnels sensibilisés sur les salons

3 sessions de médiatraining

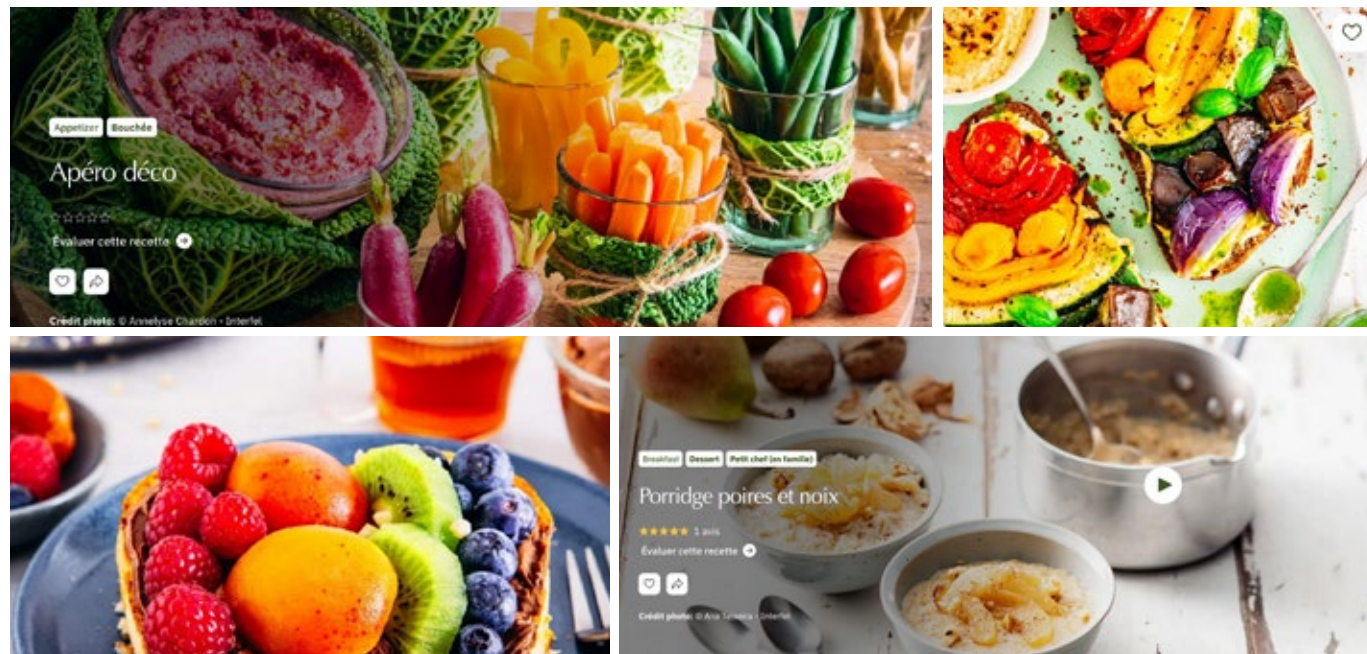
4 formations

6 journalistes présents au voyage de presse

23 400 visites sur le site dédié

LES CHIFFRES CLÉS

62,9 millions de contacts atteints par la campagne radio



Actions toute l'année

Le site *fruitsetlegumesfrais.com* pour inspirer et accompagner les consommateurs

En 2024, les visites ne cessent de croître sur le site *lesfruitsetlegumesfrais.com* avec +7 % par rapport à l'an passé.

LES CHIFFRES CLÉS

4,5 millions de visites

28 nouveaux articles mis en ligne

11 nouvelles vidéos recettes publiées sur le site

6 nouvelles vidéos geste simple

38 305 abonnés à la newsletter soit +26 %

Une progression favorisée par des nouveaux contenus inédits, riches et diversifiés pour intéresser les utilisateurs, qu'ils soient adeptes de cuisine ou au contraire à la recherche d'astuces et conseils pour mieux connaître et mieux intégrer les fruits et légumes frais dans leur quotidien.

Un fort engouement pour les recettes !

Les recettes font partie des contenus les plus consultés sur le site, avec 68 nouvelles recettes publiées cette année !

Des moments de vie pour intégrer des fruits et légumes frais

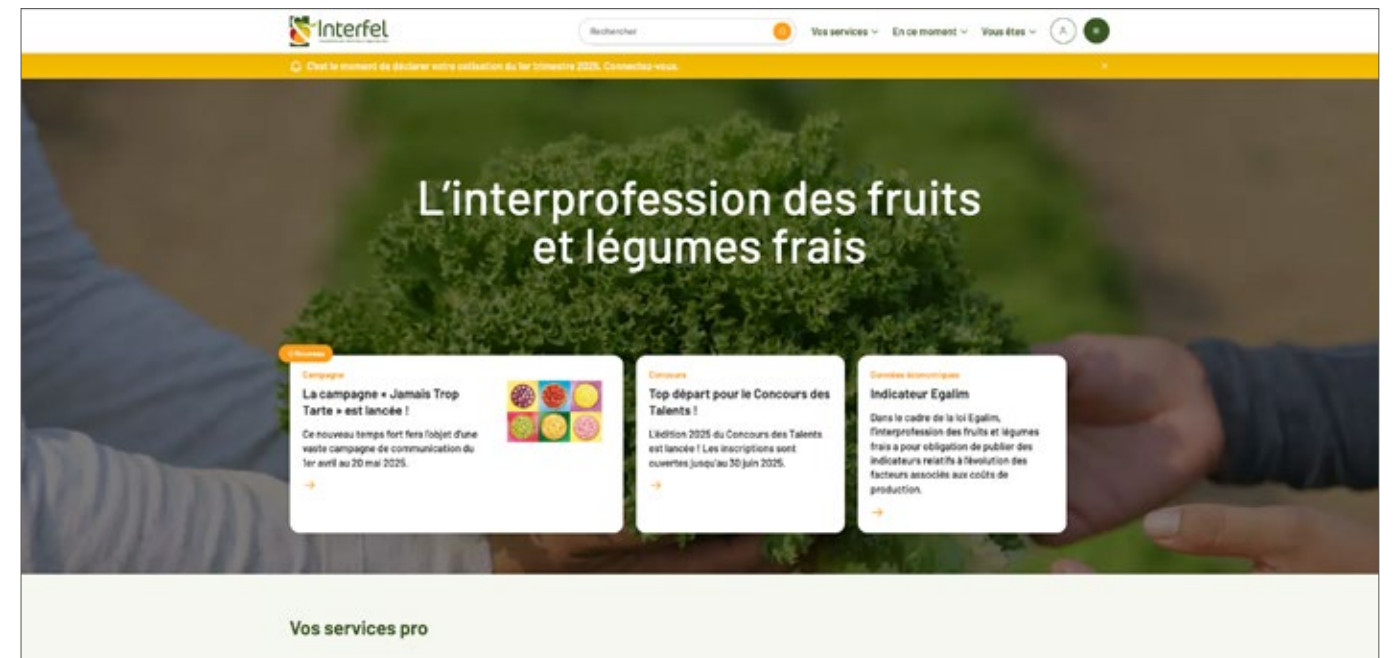
Parce que les fruits et légumes frais s'intègrent facilement à différents moments de consommation, de nouveaux articles ont permis de traiter cette thématique et de valoriser les produits qu'il s'agisse d'un apéritif entre amis ou d'un barbecue en famille. Les fruits et légumes frais s'adaptent à toute occasion.

3 nouveaux design de pages en 2024

Homepage

Pages recettes

« Jamais Trop économe »



Actions toute l'année

Le site *interfel.com* au service des professionnels de la filière

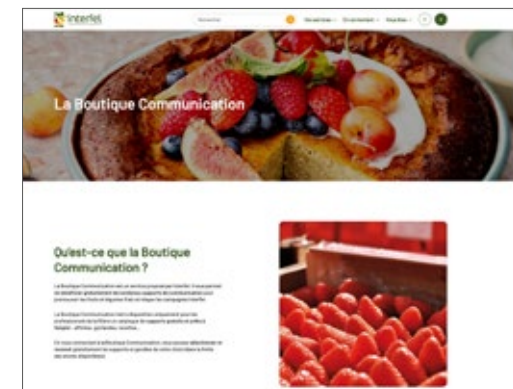
L'année 2024 a permis d'enrichir le site avec de nombreux contenus mais aussi et surtout d'offrir de nouveaux services aux professionnels de la filière.

Un espace connecté revisité pour une meilleure navigation

Les professionnels peuvent ainsi « personnaliser » leur espace en sélectionnant et paramétrant les informations dont ils ont besoin.

Nouveauté : Lancement de la Boutique communication

Le nouveau site de commande en ligne, à destination des professionnels de la filière, permet aux acteurs de disposer de supports de communication pour relayer les temps forts de l'interprofession auprès de leurs clients et convives.



LES CHIFFRES CLÉS

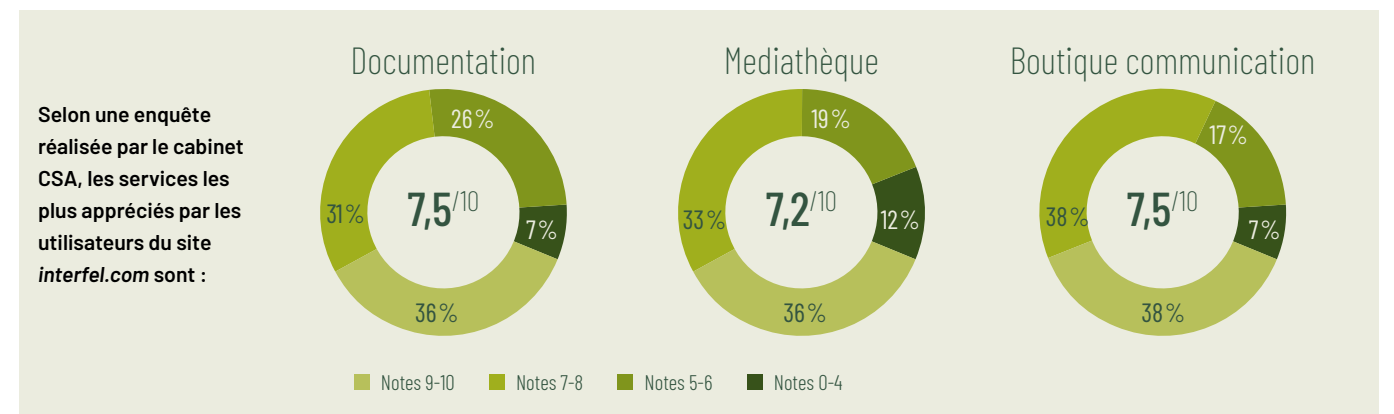
521 nouveaux comptes créés

+10% visites vs 2023

+ de 14 000 documents téléchargés

53 nouveaux articles rédigés

948 abonnés à la newsletter





Relations presse

Une année 2024 marquée par une visibilité accrue

En 2024, Interfel a consolidé sa présence médiatique avec une augmentation notable des retombées presse et des actions stratégiques ciblées. Au Salon de l'Agriculture, avec les 1 an du Plan de souveraineté et la parution d'une enquête d'opinion européenne notamment, Interfel a continué d'asseoir sa notoriété auprès des grands médias.

LES CHIFFRES CLÉS

2000
retombées presse

43
communiqués de presse, dont 14 institutionnels

3
événements influence RP et 1 voyage de presse
169 sollicitations presse

10,7 M€
c'est la valeur des retombées presse en équivalent publicitaire en 2024, +295% par rapport à 2023

5h23
de temps d'antenne (passages TV & radio)

Une Stratégie RP impactante : Focus sur les prix des fruits et légumes d'été

Afin d'anticiper l'impact médiatique de l'Observatoire Familles Rurales publié en juillet, Interfel a adopté une stratégie proactive en renforçant ses prises de parole en amont de sa publication. Cette approche a permis de porter un discours positif sur la consommation des fruits et légumes d'été avant, pendant et après l'Observatoire Familles Rurales, renforçant l'annonce de baisse des prix annoncée par l'Association.

74 retombées dont 13 radio/TV

Valoriser une information juste et positive sur les prix

Durant l'été 2024, la question des prix des fruits et légumes frais a de nouveau été au cœur des préoccupations médiatiques, notamment lors de la publication de l'Observatoire des prix de Familles Rurales le 23 juillet. Contrairement aux tendances alarmistes des années précédentes, cette édition a mis en avant une baisse moyenne des prix de 7 %, soutenant ainsi la dynamique de consommation des produits d'été.

Face à une actualité politique dense (dissolution de l'Assemblée nationale), Interfel a déployé une stratégie proactive pour maintenir sa présence médiatique et garantir une information juste auprès du grand public :

- Une communication anticipée dès juin avec des tendances mensuelles mettant en avant les atouts des fruits et légumes frais
- Un travail de sensibilisation des médias dès le 17 juillet (Le Monde, Le Figaro, France Inter, BFM TV, France Info...) pour assurer une large visibilité

- Une occupation médiatique prolongée, permettant d'inscrire Interfel comme un référent clé sur la question des prix et de la consommation

Un impact médiatique significatif

De juin à août 2024, Interfel a comptabilisé 74 retombées médias, dont 13 en radio/TV, 37 web et 23 print, touchant une audience de 121,1 millions de personnes. Cette approche a permis de valoriser une communication positive, renforçant la confiance des consommateurs tout en soutenant la consommation des fruits et légumes disponibles.

Autres pics médiatiques :

- **Conférence de presse des Vœux** : 20 journalistes, 55 retombées
- **Salon International de l'Agriculture** : 3 événements presse, 25 interviews organisées et 185 retombées

Des formations de media training sur mesure

Interfel accompagne les professionnels de la filière en leur proposant des formations adaptées pour optimiser leur prise de parole face aux médias. Ces sessions permettent aux participants de mieux structurer et transmettre leurs messages lors d'interviews.

En 2024, dix sessions de Media Training ont été organisées, réunissant 25 professionnels sur 3 niveaux :

- 15 participants ont suivi le niveau 1 (initiation aux fondamentaux)
- 6 participants ont suivi le niveau 2 (perfectionnement)
- 4 participants ont suivi le niveau 3 (consolidation des acquis)



Eric GUASCH
(ANEEFEL)
Président
Délégué



Christophe BELLOC
(GEFeL)
Président
Exécutif

« JAMAIS TROP » INTERNATIONAL

COMMISSION INTERNATIONALE





Édito Commission Internationale

« Jamais Trop international »

L'année 2024 a été marquée par des défis majeurs pour notre filière. Les conflits armés en Ukraine et au Proche-Orient, conjugués à des événements climatiques extrêmes – sécheresses, inondations, vagues de chaleur – ont fortement perturbé les échanges et la production agricole dans plusieurs régions stratégiques : l'Europe du Sud, la Californie ou encore l'Afrique de l'Est. Face à ces crises systémiques, une tendance structurelle s'accroît : la relocalisation des échanges au sein des grands blocs économiques. En Europe, les flux intra-européens et méditerranéens s'intensifient, tandis qu'en Amérique du Nord, les échanges entre les États-Unis, le Mexique et le Canada progressent sensiblement.

Soutenir les professionnels de notre filière à l'international demeure le cœur de notre action. En 2024, deux nouveaux programmes de promotion et de communication ont été soutenus par la Commission européenne : l'un, avec FRESHFEL EUROPE et le KAKI RIBERA DEL XUQUER, visait les marchés du Brésil, du Canada, des États-Unis et du Mexique ; l'autre s'inscrit dans la continuité de nos efforts au Moyen-Orient. Au total, ce sont près de 2 400 opérations de promotion en points de vente qui ont été réalisées dans 16 pays cibles. En Europe, nos campagnes digitales et événementielles ont permis de toucher près de 4 millions de consommateurs en Espagne, au Portugal, en Allemagne... et au Royaume-Uni, où nous avons participé pour la première fois au Festival Waitrose.

Nous avons également renforcé notre présence sur les salons internationaux. En 2024, 46 entreprises françaises nous ont accompagnés sur sept pavillons. À noter, notre toute première participation au salon Fruit Attraction de São Paulo, au Brésil, qui s'est révélée très prometteuse.

Le salon de Madrid, quant à lui, a confirmé son rang en devenant le plus grand rendez-vous mondial des fruits et légumes frais, avec plus de 100 000 visiteurs en trois jours.

Sur le plan commercial, nous avons consolidé l'ouverture du marché philippin, actée en 2019, grâce à un séminaire de présentation organisé localement, en lien avec les autorités et les acteurs économiques du pays.

En 2025, nous allons renforcer notre veille internationale pour fournir à nos professionnels les informations les plus pertinentes sur l'évolution des marchés. Nous poursuivrons bien sûr notre accompagnement dans les salons professionnels et nos campagnes de communication dans les principales zones géographiques. Enfin, nous continuerons à plaider pour une simplification administrative et l'ouverture de nouveaux marchés, afin de redonner des marges de compétitivité à nos filières dans un environnement mondial en pleine mutation.

Membres de la Commission Internationale

Collège Amont

FNPF

Adeline GACHEIN

LÉGUMES DE FRANCE
Marc KERANGUEVEN

GEFEL

Christophe BELLOC
François LAFITTE

FELCOOP

Marc PEYRES
Cédric GALLOT
Brahim EL HASNAOUI

COORDINATION

RURALE

Christian SCHIEVENE
Sylvain ROOY

CONFÉDÉRATION
PAYSANNE

Nicolas LE BOEDEC

Collège Aval

ANEEFEL

Joël BOYER
Bruno VOLONTERI
Éric GUASCH

UNCGFL

Boris RICHEUX
Marc LE BRIS
Thomas NEHRING

FCD

Hugues BEYLER

FCA

Nathalie MORGAND
Maxime GROUARD
Luka LEFORT

RESTAU CO

Marie-Cécile ROLLIN

SNRC

Aleksandra NICOLLE

CSIF

Jean-François VALLET
Véronique LE BAIL

SNIFL

Emmanuel EICHNER
David PATTE
Cyril GORNES

Invités permanents

Anouck MORIN
BLUE WHALE
Pascal CORBEL
CARDELL EXPORT
Philippe RAYNAUD
HARMONIE
Sandrine RICAUD
MESFRUITS
Marc RAUFFET
POMINTER

Olivier MAUGEAIS
SELECT FRUIT
David SOCHELEAU
LA BLOTTIERE
François-Xavier SALMON
TIFANETTE
Didier CRABOS
COFRUID'OC
Béatrice CHAUFILLE
PERLIM
Jean-Baptiste PINEL
PRIMLAND
Vincent GUERIN
ANPP
Raphaël MARTINEZ
AOP PÊCHE&NECTARINE

Bei LI - CAFC
Denis LE ROUGE - 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
Hopscotch Season

Commission Internationale

Présentation de la commission

La Commission Internationale est composée de 47 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 :

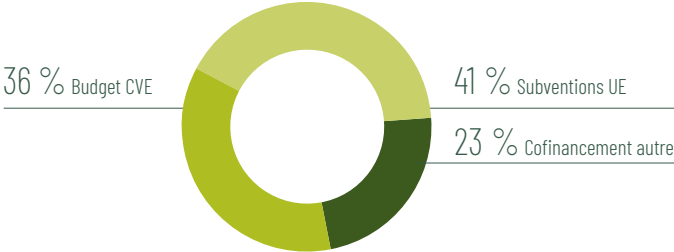
- Le lobbying auprès des instances publiques dans les négociations internationales
- La mise en avant des opérateurs français dans les salons professionnels internationaux
- La valorisation des produits par des programmes de promotion sur les différents marchés ciblés en Europe et dans les pays tiers
- L'analyse et le suivi des échanges et des réglementations qui en découlent

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.
- 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, etc.
- 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'informations sur les échanges internationaux et le suivi des réglementations.

BUDGET COMMISSION INTERNATIONALE 2024 RÉPARTITION PAR TYPE DE FINANCEMENT

Total réalisé	4 601 243 €
Budget CVE	1 641 818 €
Budget FAM	-
Subventions EU	1 906 147 €
Budget autre	1 053 279 €



Une année marquée par des défis majeurs

L'année 2024 a été marquée par des défis majeurs pour notre filière. Sur le plan international, les conflits armés en Ukraine et au Proche-Orient, associés à des événements climatiques extrêmes (sécheresses, inondations, vagues de chaleur), ont fortement perturbé les échanges et la production agricole dans des régions stratégiques telles que l'Europe du Sud, la Californie et l'Afrique de l'Est.

Bilan des marchés internationaux des fruits et légumes frais en 2024

Source Douanes Françaises

VOLUME (en tonnes)	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Evol. 2023/2024
Exportation de fruits & légumes	2 024 580	2 017 952	1 983 956	2 135 459	2 135 362	2 156 381	1 %
Importation de fruits & légumes	5 523 542	5 498 278	5 756 363	5 577 535	5 439 841	5 576	3 %
Solde commercial	-3 498 962	-3 480 326	-3 772 407	-3 442 076	-3 304 479	-3 420 542	4 %

VALEUR (en euros)	2019	2020	2021	2022	2023	2024	Evol. 2023/2024
Exportation de fruits & légumes	2 373 432	2 439 317	2 521 656	2 790 808	3 163 594	3 236 525	1 %
Importation de fruits & légumes	6 850 158	7 297 956	7 606 762	8 088 644	8 681 408	9 032 416	1 %
Solde commercial	- 4 476 726	- 4 858 639	-5 085 106	-5 297 836	-5 517 814	-5 795 891	1 %

Période de l'action :
janvier à décembre 2024

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.

En conséquence, le déficit de la balance commerciale de notre filière s'est aggravé. Malgré une hausse des exportations en volume et en valeur, cette progression n'a pas suffi à compenser l'augmentation équivalente des importations.

Les exportations ont connu une dynamique contrastée selon les régions. La zone Asie s'est révélée particulièrement porteuse, affichant une croissance de 20 %, notamment vers le Vietnam et l'Inde. En revanche, les exportations vers l'Amérique du Sud ont reculé, en raison de la situation politique en Équateur, qui a compliqué les échanges avec ce pays. Au Moyen-Orient, après plusieurs années de dégradation, la situation semble se stabiliser, bien qu'elle reste encore loin des niveaux atteints en 2015. Les échanges intracommunautaires, quant à eux, connaissent un regain.

Les importations ont fortement progressé en 2024, notamment pour les agrumes, les bananes, les fruits exotiques et les tomates. L'Espagne demeure le premier fournisseur de la France avec près de 2 millions de tonnes importées, suivie par le Maroc (plus de 800 000 tonnes). L'Amérique du Sud – représentée par la Colombie, le Pérou, l'Équateur et le Costa Rica – fournit également près de 800 000 tonnes. Seul Israël enregistre une baisse des échanges, conséquence directe du conflit dans la région. Une tendance notable émerge : la réorientation vers des circuits commerciaux intrarégionaux. En Europe, les échanges intra-européens et méditerranéens se renforcent, tandis qu'en Amérique du Nord, les interactions entre les États-Unis, le Mexique et le Canada connaissent une augmentation significative.

ÉTAT DES NÉGOCIATIONS



La Commission Internationale a poursuivi son travail d'influence et de diplomatie économique à l'échelle mondiale, avec des résultats concrets sur l'ensemble des continents.

Europe

En septembre 2024, le Royaume-Uni a notifié à l'Organisation mondiale du commerce la reclassification de la plupart des fruits et légumes frais importés de l'Union européenne en catégorie à risque faible. Cette évolution majeure simplifie considérablement nos exportations vers ce marché, en supprimant notamment l'obligation de délivrer des certificats phytosanitaires.

Asie

Un séminaire organisé les 12, 13 et 14 novembre 2024 a permis de confirmer l'ouverture du marché philippin à la pomme française, dont l'accès avait été officiellement validé en 2019. À l'issue de cet événement, les premiers conteneurs ont été expédiés, marquant ainsi le démarrage effectif des échanges commerciaux.

Moyen-Orient

Les tensions persistantes en mer Rouge, liées aux actes de piraterie menés par les Houthis, rebelles yéménites, continuent de perturber la logistique maritime dans la région. Malgré ce contexte difficile, la filière tomate française a obtenu, à la suite du boycott turc, une renégociation accélérée des conditions phytosanitaires pour accéder au marché israélien.

Salons Internationaux

De nombreux salons européens et internationaux

Cette année, portée par une belle dynamique et par le caractère olympique de 2024, a été ponctuée par de nombreux salons internationaux et européens, ainsi que par des rencontres professionnelles et institutionnelles essentielles. La présence d'Interfel sur l'ensemble de ces événements est primordiale, car ils représentent des lieux d'échanges stratégiques pour valoriser et promouvoir nos fruits et légumes frais français à travers le monde. Une fois encore, nos professionnels ont été fortement mobilisés sur la scène internationale, portés par une année riche en opportunités et en visibilité.

Tout d'abord le salon **FRUIT LOGISTICA**, qui s'est déroulé en février à **Berlin**, a réuni plus de 66 000 visiteurs en trois jours issus de 145 pays. Cette année, le changement de hall a insufflé un nouvel élan au pavillon français, redonnant du dynamisme et une visibilité accrue aux entreprises présentes. Ce repositionnement stratégique a permis de valoriser davantage l'offre française, dans un environnement plus propice aux échanges et aux rencontres. Les produits ont par ailleurs été sublimes avec talent par **Éric Fabre, Meilleur Ouvrier de France**, dont les créations colorées et savoureuses ont mis en lumière toute la richesse et la qualité des fruits et légumes français.

Durant cette même période, au **Moyen-Orient**, s'est tenu le salon **GULFOOD**, un incontournable de la zone, qui, une nouvelle fois a rassemblé un public nombreux, composé à la fois de visiteurs curieux et de clients potentiels, offrant à nos professionnels de précieuses opportunités d'échanges

Amériques

Deux nouveaux marchés ont été ciblés : la République dominicaine pour la filière pomme et la Colombie pour la filière poire. Par ailleurs, des échanges ont été relancés avec le Pérou, grâce au soutien d'importateurs locaux manifestant un fort intérêt pour un développement des relations commerciales.

Afrique

La dégradation des relations diplomatiques avec l'Algérie a lourdement affecté les flux commerciaux avec ce pays. En revanche, les échanges entre les filières marocaines et françaises ont continué de progresser, avec pour objectif commun de renforcer les coopérations bilatérales.

Dialogue institutionnel

Tout au long de l'année, la Commission Internationale a plaidé auprès des ministres successifs du Commerce extérieur, Franck Riester puis Sophie Primas, ainsi qu'auprès du conseiller de la ministre de l'Agriculture, M. François Blanc. Les principales demandes ont porté sur la simplification administrative, incluant :

- la suppression des certificats de conformité,
- l'amélioration de l'ergonomie et de l'utilisation d'Exp@don 2,
- et l'accélération des processus de priorisation des dossiers au sein des comités SPS.

pour le développement du marché. Des rencontres institutionnelles de premier plan ont également marqué l'événement, notamment avec la visite de **Mme Nathalie Kennedy, Consule Générale de France à Dubaï**, venue soutenir et valoriser nos produits.

En avril, Interfel a participé pour la première fois au **salon Fruit Attraction de São Paulo** au Brésil, une première expérience marquée par le succès et riche en perspectives. Ce nouvel événement, véritable porte d'entrée vers le marché



Période de l'action :
janvier à décembre 2024

Objectifs : Assurer la présence institutionnelle de la filière, être un espace d'animation et de rencontre pour les professionnels français ainsi que pour les médias étrangers.



brésilien et plus largement latino-américain, a rassemblé plus de 9 000 visiteurs et 200 exposants issus de 45 pays, créant une belle dynamique autour de cette première édition. Les entreprises françaises présentes ont ainsi eu l'opportunité de rencontrer de nouveaux acteurs locaux, d'échanger avec des professionnels du secteur et d'explorer de nouvelles opportunités commerciales, notamment autour de produits phares comme la pomme, la poire ou le kiwi. Enfin, nous avons eu l'honneur d'accueillir **M. Yves Teyssier d'Orfeuil, Consul Général de France à São Paulo**, pour un moment institutionnel convivial et gourmand. **ASIA FRUIT LOGISTICA à Hong-Kong**, est un salon incontournable pour la zone asiatique, cet événement, qui a lieu début septembre, marque chaque année le lancement officiel de la saison de la pomme française en Asie. Il constitue une étape stratégique pour renforcer la présence de nos fruits sur ce marché clé et nouer des liens durables en amont de la campagne commerciale. L'édition de cette année a été rythmée par de nombreuses rencontres professionnelles et institutionnelles, dont la visite de **Mme Christine Druhle, Consule générale de France à Hong Kong**



et Macao, sur le stand français. Le journaliste international Chris White, référence dans le secteur des fruits et légumes, s'est entretenu avec les professionnels pour mieux saisir les enjeux de leur présence, clé pour renforcer les liens commerciaux et explorer de nouvelles opportunités sur ce marché stratégique.

En Espagne, l'édition automnale de **FRUIT ATTRACTION**, véritable temps fort professionnel et institutionnel pour la filière fruits et légumes a accueilli plus de **117 000 visiteurs** venus de 145 pays en 3 jours. Ce salon majeur a également marqué la première participation de Daniel Sauvaitre en tant que président d'INTERFEL. Les produits français ont été mis à l'honneur grâce aux animations vitaminées du **chef Charles Soussin** et à la créativité de la **Meilleure Ouvrier de France, Brigitte Delanghe**. Une ambiance dynamique renforcée par des activités sportives, très appréciées par les visiteurs. Sur le plan institutionnel, la visite de **M. Aymeric Chazuville, chargé d'affaires de l'ambassade de France en Espagne**, a permis des échanges riches autour des enjeux à venir pour la filière. Enfin, une soirée à l'ambassade a réuni plus de **150 professionnels français et espagnols**, illustrant la solidité des liens tissés autour de ce rendez-vous incontournable.



Sur le continent américain, le salon **GLOBAL PRODUCE & FLORAL SHOW** qui s'est tenu à Atlanta fait partie des événements importants pour approcher le marché nord-américain, il a accueilli près de **20 000 visiteurs**, offrant ainsi un terrain propice aux échanges et aux partenariats. De plus, notre équipe de professionnels français a également participé comme chaque année à la course de 5km de la fondation pour les produits frais, événement qui a réuni plus de 600 coureurs internationaux.

Présent de nouveau au salon CIE de Shanghai, cette année a été marqué par le 60^{ème} anniversaire des relations diplomatiques entre la Chine et la France, la France, invitée d'honneur du salon, a eu une belle visibilité pour les entreprises françaises. De nombreuses rencontres institutionnelles ont



permis d'aborder les enjeux pour nos produits sur le marché asiatique. En effet, la délégation française, accompagnée par le président d'Interfel Daniel Sauvaitre et du directeur international Daniel Soares, a eu la chance de rencontrer **Sophie Primas, ministre déléguée auprès du ministre de l'Europe et des Affaires étrangères, chargée du Commerce extérieur** afin d'échanger sur les enjeux agricoles du marché chinois. Ce fut également l'occasion de célébrer le **10^{ème} anniversaire de l'association CAFC** (Conseil Agroalimentaire France-Chine), regroupant le CNIEL et INTERFEL, qui continue à faire un travail remarquable pour assurer la présence de nos produits en Chine.

Le baby kiwi a remporté un franc succès auprès des nombreux visiteurs du salon, faisant ainsi sa première apparition sur le marché chinois.

LES CHIFFRES CLÉS

46 44

entreprises françaises présentes sur les salons professionnels

2

salons en Europe (Espagne et Allemagne)

5

salons dans les pays tiers (Emirats Arabes Unis, Brésil, Hong Kong, Etats-Unis et Chine)

Communication internationale

Valoriser les exportations des f&l frais français dans les pays tiers

L'année 2024 a été rythmée par une belle série d'événements à l'international ! Dans la poursuite de la campagne européenne « **EUROPE NEVER TOO GREEN** », 15 pays ont été ciblés à travers trois grandes zones : l'Asie, le Proche & Moyen-Orient et l'Amérique du Sud. Cette mobilisation intense s'est clôturée sur une note festive et inspirante, avec un événement haut en couleurs mené au Royaume-Uni dans le cadre de Taste France, mettant à l'honneur les pommes françaises.

Bilan des actions :

Pour cette deuxième année du programme en Asie, la stratégie a frappé fort : d'un côté, elle a permis de toucher les professionnels du commerce, partenaires clés pour booster la distribution et la visibilité des fruits et légumes frais français et de l'autre, d'aller à la rencontre des consommateurs à travers des actions variées et proches de leur quotidien, pour leur faire découvrir toute la richesse et la diversité de nos produits.

En Thaïlande, 355 journées de promotion autour de la pomme se sont déployées dans les magasins des grandes villes. Les Thaïlandais ont également eu l'opportunité de

déguster et découvrir diverses variétés de pommes lors d'un événement presse et de nombreux portages, un atout sur ce marché porteur pour la pomme française. Au Vietnam, plus de 480 jours de promotion en magasin ont eu lieu ainsi que des roadshows qui ont attiré l'attention de plus de 10 000 consommateurs sur 6 jours.

A Hong Kong, plus de 43 retombées presse lors de l'événement à la Résidence de France, un networking animé par le chef français Charles Soussin, en présence de l'ensemble des professionnels du secteur des fruits et légumes. L'implication de nombreux KOL (Key Opinion Leaders

Période de l'action :
janvier à décembre 2024

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...). Stimuler la notoriété et les ventes de fruits et légumes frais français.

LES CHIFFRES CLÉS

16 pays-tiers
2 400 actions point de vente
91 journées « apple bike » en Amérique du Sud
150 KOL / influenceurs sur les 3 zones
168 roadshows touchant 82 500 personnes en Asie
1 pop-up à Dubai avec 17 100 dégustations

ou leaders d'opinion) et chefs prescripteurs dans les six pays asiatiques ciblés — Malaisie, Singapour, Hong Kong, Thaïlande, Vietnam et Inde — a largement contribué à relayer les messages de la campagne auprès de leurs communautés. Forts de leur crédibilité, ces influenceurs sont perçus par les consommateurs asiatiques comme des références en matière d'information et de tendances.

Au Brésil, nos fruits et légumes ont pris la route pour aller à la rencontre des consommateurs ! En plus de 80 journées de dégustation et de promotion menées dans plusieurs points de vente, des « apple bikes », vélos itinérants, ont sillonné plusieurs grandes villes pendant 21 journées permettant de sensibiliser 3 500 personnes. Grâce à ces animations mobiles, les passants ont pu découvrir différentes variétés de pommes françaises dans une ambiance conviviale et propice à l'échange.

En Équateur, 40 journées de promotion hors des points de vente ont permis d'atteindre 4 000 consommateurs. Ce marché, encore en phase de découverte, offre un réel potentiel à développer.

L'objectif commun de l'ensemble de ces actions est essentiel : faire connaître les fruits et légumes français, valoriser leurs qualités gustatives et créer l'envie, pour in fine stimuler les achats et faire émerger une vraie demande locale.

Au Moyen-Orient :

Pour cette dernière année du programme européen au **Moyen-Orient**, de nombreuses actions d'information et de promotion ont été déployées dans six pays : **Émirats Arabes Unis, Arabie Saoudite, Bahreïn, Qatar, Koweït et Oman**. La stratégie a reposé sur un mix d'outils efficaces : partenariats avec des médias (chefs, influenceurs, journalistes), événements presse, communiqués, participation au Salon professionnel Gulfood, formations BtoB, animations grand public et opérations en points de vente.

Aux Émirats, 3 sessions de formation à destination des professionnels du retail — principalement des chefs de rayon et store managers — ont permis de former 55 acteurs clés à la diversité des variétés de pommes françaises. Parallèlement, des dégustations en format pop-up, organisées dans cinq pays du Golfe, ont offert aux consommateurs l'opportunité de découvrir et d'apprécier la richesse aromatique des pommes françaises.

L'objectif global de ces trois années d'actions : sensibiliser progressivement les différents publics ciblés à la qualité de notre production, influencer positivement leurs habitudes d'achat et, à terme, renforcer les exportations françaises dans la région. Sur le terrain, les actions grand public ont également porté leurs fruits : plus de 26 000 consommateurs ont été touchés via des dégustations et animations en magasins, générant la vente de plus de 8 000 kilos de pommes !

Un coup d'éclat à New York pour célébrer l'arrivée du mini-kiwi français ! En septembre 2024, Taste France et le magazine Edible Manhattan ont frappé fort en organisant un événement exclusif à New York pour marquer **l'ouverture du marché américain au mini-kiwi**. Une opportunité exceptionnelle que cette soirée a brillamment saisie pour mettre en lumière ce super fruit français, aussi gourmand qu'innovant. Plus de 237 invités, journalistes, influenceurs et consommateurs new-yorkais ont répondu présent, curieux de découvrir et de déguster le baby kiwi made in France.

Enfin, sur cette fin d'année 2024, Interfel a également participé à un festival grand public **au Royaume-Uni**, avec un stand dédié aux fruits et légumes frais. L'accent a été mis sur trois produits emblématiques : **la pomme, le chou-fleur et la carotte**. L'opération a permis de proposer **plus de 2 000 dégustations**, accompagnées de recettes créatives et adaptées aux habitudes de consommation locales. Pour prolonger cette visibilité, une vidéo consacrée à la pomme, mettant en avant huit variétés, a été largement relayée en ligne. Elle a atteint plus de 300 000 vues et généré 14 000 interactions, illustrant l'intérêt des consommateurs britanniques pour la richesse de l'offre française.



Communication en Europe

Bilan des actions Européennes

Entre nouvelles perspectives et actions renforcées, 2024 a été une année dynamique pour affirmer le rayonnement des produits français en Europe.

L'été 2024 a été particulièrement riche en actions de valorisation des fruits français **en Allemagne**, avec deux temps forts complémentaires. En juillet, une campagne de promotion dédiée **aux abricots français** a été déployée à l'échelle nationale. Elle s'est articulée autour de la publication d'un article sur le site allemand de Taste France Magazine intitulé « Explosion de goût jaune et ensoleillé : abricots de France », d'une collaboration digitale avec plusieurs influenceuses food, ainsi que d'un atelier bien-être à Düsseldorf combinant yoga et création culinaire, mettant à l'honneur l'abricot comme ingrédient phare de l'été qui a généré plus de **50 contenus sur les réseaux sociaux, touchant ainsi 224 000 personnes**. Par ailleurs, **36 journées d'animations en points de vente** dans une grande enseigne allemande ont permis un contact direct avec **7 900 consommateurs** qui ont dégusté plus de **130 kg d'abricots**. Pour renforcer cette dynamique, un jeu concours a également été lancé sur le compte Instagram @fruitvegfromfr, premier du genre à l'international, avec un lot sportif à gagner.

En août, Interfel a poursuivi cette stratégie de visibilité en participant **pour la première fois au Gourmet Festival de Düsseldorf**, le plus grand événement gastronomique en plein air d'Europe. Plus de **5 500 dégustations** pour les produits français où les visiteurs ont pu découvrir une sélection emblématique de mini-kiwis Nergi, pommes HoneyCrunch, prunes Reine-Claude, encore peu connues outre-Rhin, et échalotes françaises. Dégustations, recettes inédites, animations musicales et présence d'influenceurs comme La Cuisine de Géraldine ou Mr Düsseldorf ont permis de renforcer la visibilité estivale des fruits et légumes français auprès du public allemand.

Au second semestre 2024, plusieurs actions ciblées en partenariat avec le CNIPT ont été déployées dans **la péninsule ibérique** afin de renforcer la visibilité des produits français. **En Espagne**, Interfel a participé à l'émission Canal Cocina, avec la diffusion de **quatre émissions de cuisine** (dont deux consacrées aux fruits et légumes), mettant en avant une recette à base de pomme en septembre (thématique rentrée scolaire) et une recette autour du kiwi prévue pour décembre (thématique fêtes de fin d'année).

Au Portugal, un stand Taste France a été installé au festival culinaire et musical Chefs on Fire, à Cascais, près de Lisbonne. Ce rendez-vous a rassemblé **30 chefs nationaux et internationaux** pendant trois jours. La cheffe française Louise Bourrat (Top Chef France 2022) a proposé **800 dégustations** à un public enthousiaste de **3 000 visiteurs**, générant plus de 30 publications autour de l'événement.

Enfin, en novembre, les produits français ont été mis à l'honneur lors du **Concours mondial de tapas à Valladolid, en Espagne**. Sur le stand Taste France, les visiteurs ont pu découvrir les créations du chef Fabrice Gendrier. La participation française a été remarquée : la tapa de Ludovic Cruz Mangel (chef chez Le Nôtre) a remporté le **2^e prix du concours**. L'événement, soutenu par la présence du **Ministre Conseil de l'Ambassade de France en Espagne, Aymeric Chuzeville**, a également été enrichi d'une masterclass animée par des chefs français auprès d'élèves d'une école de cuisine espagnole. En collaboration avec le média **Taste France Magazine** (une initiative du ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté Alimentaire), de **nouvelles recettes** gourmandes et faciles à reproduire ont permis de mettre en lumière la poire, la noix, le chou-fleur et l'échalote auprès de trois marchés ciblés : **le Royaume-Uni, l'Allemagne et l'Espagne**. En complément, un live avec l'influenceuse @LaCuisinedeGéraldine qui comptabilise plus de 500 000 abonnés, a permis de faire découvrir les prunes françaises au public allemand, **plus de 60 000 vues** de la vidéo recette.

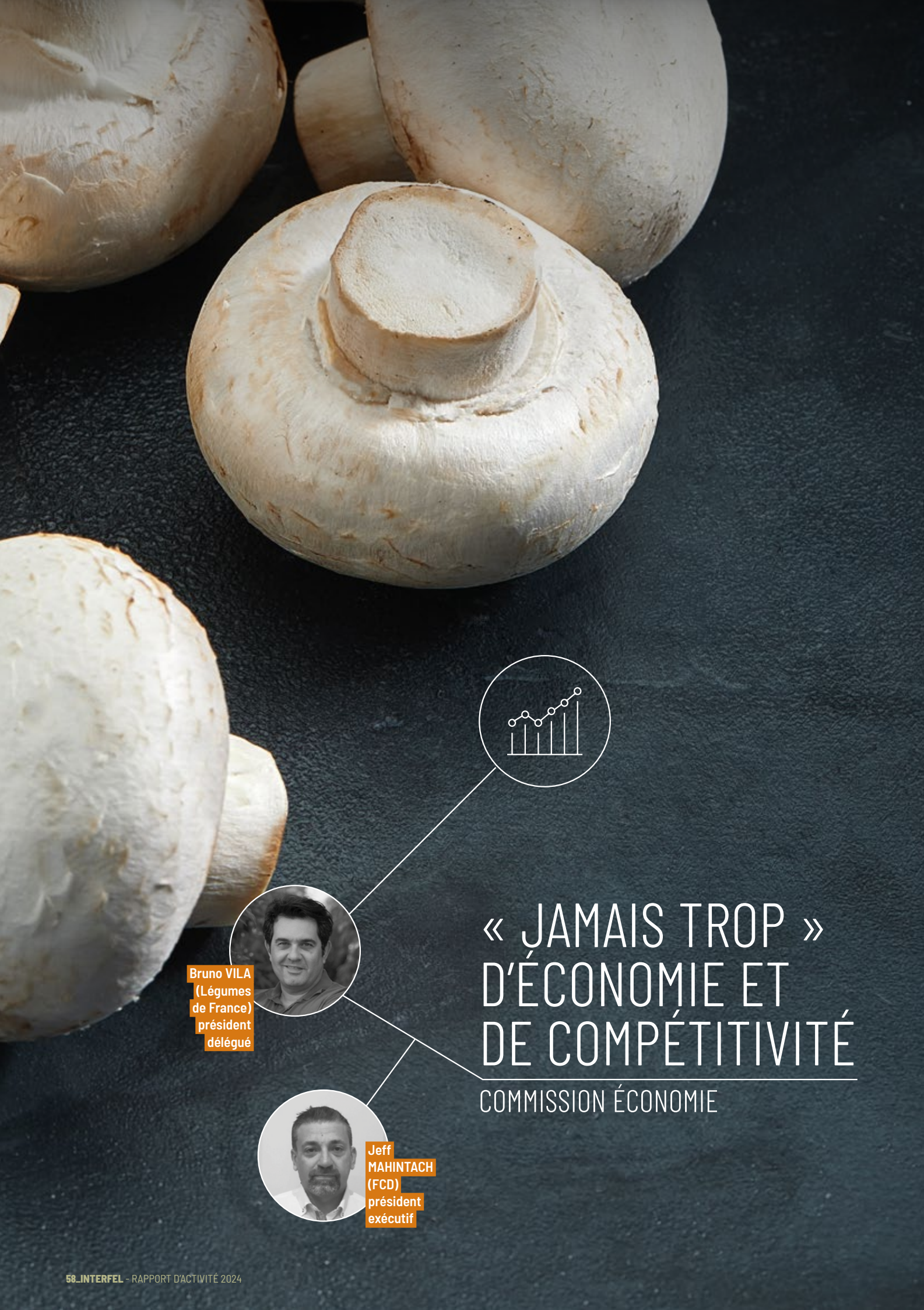
De plus, **quatre reportages filière et quatre articles** complémentaires ont présenté la production française ainsi que le savoir-faire de nos professionnels des filières, la poire, la noix, l'échalote et la prune

Toutes nos actions européennes et internationales sont à retrouver sur nos réseaux sociaux Instagram @fruitvegfromfr / Youtube @fruitandvegfromfrance et sur notre tout nouveau LinkedIn @Fruit and Veg From France - Interfel



LES CHIFFRES CLÉS

13 nouveaux contenus avec Taste France Magazine
Plus de **980 000** vues sur Instagram des nouvelles vidéos recettes et 267 000 vues des reportages filières
1^{ère} Participation au Gourmet Festival Düsseldorf
2^{ème} place au concours international de Tapas en Espagne
Plus de **4 millions** de consommateurs touchés en Europe !



« JAMAIS TROP » D'ÉCONOMIE ET DE COMPÉTITIVITÉ

COMMISSION ÉCONOMIE



Bruno VILA
(Légumes
de France)
président
délégué



Jeff
MAHINTACH
(FCD)
président
exécutif



Membres de la Commission Économie

Collège Amont

FNPF

Jérôme JURY
Adeline GACHEIN
Gilles BARAIZE
(Directeur)

LÉGUMES DE FRANCE

Bruno WACHTER
Marc KERANGUEVEN
Bruno VILA (Président
délégué)
Sylvestre BERTUCELLI
(Directeur)

FELCOOP

David POTEREAU
Françoise BESSE
Christophe ROUSSE
Caroline DUCOURNEAU
(Directrice)

GEFeL

Myriam MARTINEAU
René REYNARD
Jean-Louis MOULON
Alexandre BONNEAU
(Délégué Général)

COORDINATION RURALE

Sylvain ROOY
Christian SCHIEVENE
Sébastien HERAUD

CONFÉDÉRATION PAYSANNE

Clara JAROUSSIE
Nicolas LE BOEDEC

Collège Aval

ANEEFEL

Joël BOYER
Bernard GERIN
François DALLE
Valérie AVRIL (Directrice)

UNCGFL

Bruno BERNARD-COFFRE
David DUBUC
Xavier MARTIN
Frédéric STEFANI

SAVEURS COMMERCE

Chrystel TEYSSERE
Christophe FOUET
Sandrine CHOUX

FCD

Jeff MAHINTACH
(Président exécutif)
Antoine GRICOURT
Hughes BEYLER
(Directeur)

FCA

Luka LEFORT
Maxime GROUARD
Nathalie MORGAND

RESTAU'CO

Yves FRIOT
Marie -Cécile ROLLIN
(Directrice)

SNRC

Aleksandra NICOLLE

SNIFL

Denis GINARD
David PATTE (Directeur)

CSIF

Jean-François VALLET
Véronique LE BAIL
(Directrice)

Edito Commission Economie

« Jamais Trop » d'économie et de compétitivité

La Commission Économie est 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, d'outils et d'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.

En 2024, cette commission a intensifié ses travaux autour de la maîtrise de la compétitivité des entreprises, qu'il s'agisse de l'analyse et de la rationalisation des coûts, notamment énergétiques, du lobbying sur les réglementations emballages, tant au niveau français qu'europpéen, ou encore d'actions visant à lutter contre les fraudes à l'origine. Au-delà du renouvellement et de l'amélioration de nombreux accords interprofessionnels, la commission Économie a validé plusieurs outils en lien avec les relations commerciales, à l'instar des guides Cofreurop et sur les relations contractuelles.

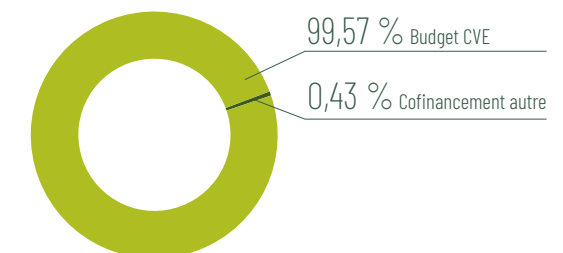
De manière transversale, la Commission Économie a également eu en charge en 2024 d'assurer le suivi de la bonne exécution des engagements de l'axe B (compétitivité, innovation et investissement) du plan de souveraineté fruits et légumes (indicateurs de suivi des actions et indicateurs de résultat via notamment la mesure du TAA¹).

Enfin, les membres de la commission ont tenu une réunion décentralisée à Bordeaux avec les visites de Planète Végétale et du MIN de Brienne afin de confronter le dialogue interprofessionnel à la réalité des pratiques sur le terrain.

1 - TAA : Taux d'Auto-Approvisionnement en fruits et légumes frais

BUDGET ÉCONOMIE 2024 RÉPARTITION PAR TYPE DE FINANCEMENT

Total réalisé	1 514 896 €
Budget CVE	1 508 383 €
Budget FAM	-
Subventions EU	-
Budget Autres	6 513 €





Contexte éco-politique

Un net ralentissement de l'inflation alimentaire en 2024

En 2024, le contexte économique a continué de s'améliorer avec la poursuite de la désinflation amorcée sur la seconde partie de 2023, après 2 années de progression soutenue.

Après avoir modifié leurs comportements de consommation depuis 2 ans, les Français ont pu les stabiliser dans cet environnement économique plus favorable. Ils restent néanmoins attentistes face à une situation politique nationale et internationale mouvante (incertitudes budgétaires et changements de gouvernement en France, conflits géopolitiques à l'international).

Sur l'année 2024, le PIB a ainsi progressé de +1,1 % tout comme en 2023. Le pouvoir d'achat (revenu disponible brut des ménages) a progressé de +2,1 % par rapport à 2023, après une hausse de +0,9 % en 2023 par rapport à 2022. En moyenne annuelle, l'inflation a ralenti et s'est établie à +2,0 % en 2024, versus +4,9 % en 2023, du fait du net ralentissement de la hausse des coûts, notamment de l'alimentation.

Les produits alimentaires affichent une hausse de +1,4 % après une hausse de +11,8 % en 2023. Les produits frais ressortent à +2,0 % après une hausse de +9,6 % en 2023. Les F&L frais ressortent à +1,5 % par rapport à 2023, après une hausse de +10,2 % en 2023.

D'un point de vue climatique, 2024 a été une année pluvieuse,

figurant parmi les 10 années les plus pluvieuses à l'échelle nationale d'après Météo France (+15 % par rapport à la normale). 2024 a aussi été une des 5 années les plus chaudes en France.

Les français restent vigilants sur les prix et leurs dépenses du quotidien

Les Français ont modifié leurs comportements de consommation depuis 2 ans en réponse à la situation d'inflation globale observée en 2022 et 2023, et de façon plus modérée en 2024. Les Français ont toutefois du mal à percevoir le ralentissement de l'inflation pour une majorité d'entre eux, et celle-ci demeure leur première préoccupation avec le sentiment d'une perte de pouvoir d'achat. Ils sont ainsi restés vigilants sur leurs dépenses du quotidien et ont stabilisé leurs comportements d'achats, avec le souhait de continuer de limiter leur gaspillage et d'acheter en moins grande quantité, mais en nuancant leurs arbitrages.

Ainsi, un léger recul des achats en volume des produits de grande consommation – frais libre-service est observé en 2024 par rapport à 2023 (après un recul marqué en 2023 sur un an), conjugué à une stabilisation du « glissement de gamme » mis en place depuis 2022 (descente de gamme

dans les achats / dévalorisation) afin de limiter la hausse des dépenses, élément encourageant possiblement un léger frémissement de la (re)montée en gamme. Les arbitrages initiés en 2022 se sont ainsi stabilisés, et un retour partiel des produits sous logos/labels est observé dans les paniers d'achat. Si l'orientation du marché reste à la baisse, la gamme biologique a dans ce cadre pu bénéficier d'un retour progressif de ménages acheteurs en 2024. La consommation des produits frais traditionnels (PFT) a légèrement reculé en volume sur un an pour toutes les catégories de produits, dont les fruits et légumes frais. À noter que ces derniers ont été proches du recul de l'ensemble de cette catégorie.

L'évolution en valeur en F&L frais (-1 %/2023) est expliquée par un recul des volumes achetés (-2 %/2023) et une hausse du prix moyen payé à l'achat (de l'ordre de +1 %/2023), hausse proche de celle de l'ensemble des PFT.

Des volumes en baisse impactés par la fréquence d'achat

Les sommes dépensées par ménage ont légèrement reculé par rapport à 2023 (-1 %/2023). Les achats par ménage en volume ont reculé (-2 %/2023), en lien principalement avec un recul de la fréquence d'achat ; mais leur recul est moins marqué qu'en 2023. Le panier d'achat moyen en volume se stabilise après 2 années consécutives de recul. Une hausse du prix moyen payé à l'achat de +1 %/2023 est observée.

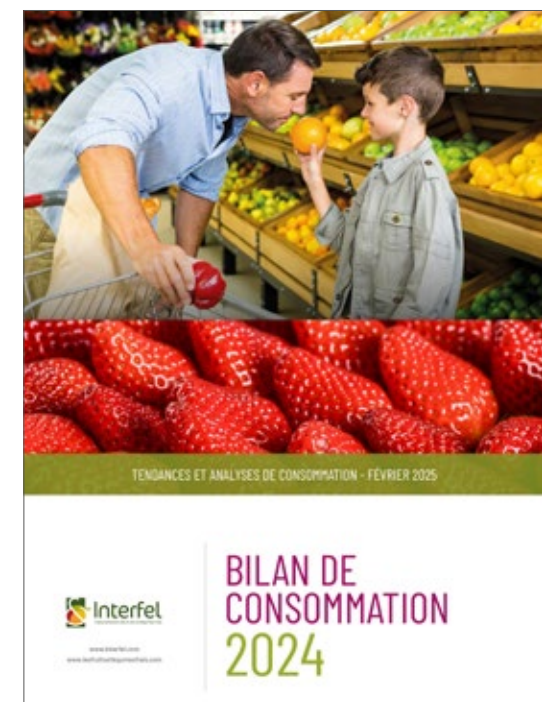
BIO - Un retour partiel des ménages acheteurs

En 2024, une tendance à l'amélioration a été observée sur la gamme bio, avec un taux de pénétration au-dessus de 2023 et des arbitrages moins marqués des consommateurs. Ainsi, un ralentissement du recul des achats en volume a été observé (environ -1 %/2023), recul proche de celui du global

gamme, après 2 années de recul deux fois plus marqués. Les dépenses ont quant à elles progressé d'environ +1 %/2023.

Pour en savoir plus, des éléments complémentaires sont disponibles dans le bilan consommation 2024 téléchargeable sur le site d'Interfel sur le lien suivant (en libre accès) :

<https://www.interfel.com/services/documentation/bilan-de-consommation-2024/>



De nombreux accords validés en 2024

La conclusion d’accords interprofessionnels constitue l’une des missions essentielles conférées aux interprofessions agricoles reconnues par l’article 164 du règlement (UE) n°1308/2013 (dit « OCM ») et les articles L. 632-3 à L. 632-7 du Code rural et de la pêche maritime.

Ces accords peuvent notamment avoir pour objet de déterminer des règles de production ou de commercialisation spécifiques, qui conduisent à promouvoir des bonnes pratiques entre les acteurs de la chaîne d’approvisionnement et à améliorer la transparence du marché et la qualité des produits pour le consommateur.

L’interprofession, statuant à l’unanimité de ses deux collèges, peut demander aux pouvoirs publics d’étendre par arrêté ministériel les dispositions d’un accord interprofessionnel, rendant ainsi son application obligatoire pour tous les opérateurs de la filière.

A ce jour, trois types d’accords interprofessionnels sont discutés au sein des instances d’Interfel :

1. L’accord portant sur la cotisation volontaire étendue (CVE)

Conformément à l’article L. 632-6 du Code rural et de la pêche maritime, Interfel prélève une cotisation obligatoire sur l’ensemble des membres des professions de la filière des fruits et légumes frais. Le produit de cette cotisation est affecté au financement d’actions collectives. Cet accord interprofessionnel, adopté pour une période triennale, fixe l’assiette et les taux de cotisation applicables. L’accord CVE portant sur la période 2023-2025 a été étendu par arrêté du 29 septembre 2022 et est applicable jusqu’au 31 décembre 2025.

2. Les accords portant sur les pratiques commerciales & logistiques

En 2024, cinq accords interprofessionnels portant sur les pratiques commerciales et logistiques étaient en vigueur :

Accord interprofessionnel sur les réfections tarifaires :

Cet accord – qui complète l’article L.443-2 II du code de commerce – 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. Par rapport à la version précédente, le nouvel accord a été adapté pour tenir compte des spécificités des cessions à prix ferme réalisées sur les marchés d’intérêt national (MIN) et autres marchés physiques de gros. Afin de s’assurer que cette nouvelle rédaction ne soulève pas de difficulté d’application, Interfel a étendu l’accord pour seulement un an (au lieu de trois habituellement) à compter du 1^{er} janvier 2024 et a procédé à l’évaluation de ce dispositif entre le 1^{er} septembre et le 20 octobre 2024. Cet accord – mais également les autres accords « relations commerciales et logistique » – ont en outre été présentés à la DGCCRF le 25 novembre 2024. La nouvelle rédaction de l’accord n’a pas soulevé de réserve de la part de l’administration ni des opérateurs interrogés dans le cadre de l’évaluation.

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

Cet accord complète le dispositif prévu par l’article L. 443-1 II du code de commerce. Il vise à sécuriser les délais de finalisation des éléments constitutifs de l’engagement contractuel écrit entre le fournisseur et l’acheteur préalablement à une annonce de prix portant sur un fruit ou un légume frais qui est réalisée à l’extérieur du lieu de vente. Il a été renouvelé pour une année en juin 2024.

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. Il est en vigueur depuis le 6 juillet 2022, pour une période de 3 ans, soit jusqu’au 6 juillet 2025.

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. Il a fait l’objet d’un renouvellement lors de la COPN du 10 octobre 2023, pour une durée de 3 ans, soit jusqu’au 10 octobre 2026.

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^{ère} gamme, lorsque l’apposition d’une date est demandée par un client à son fournisseur. Il a été modifié et présenté à la validation de la COPN d’Interfel le 7 mars 2023 pour une durée de 3 ans, soit jusqu’au 7 mars 2026.

3. Les accords portant sur la qualité des produits

Au nombre de 10 en 2024, dont 6 étendus ou partiellement étendus, ces accords définissent des règles techniques pour la production ou la commercialisation d’un produit donné. Le tableau ci-après résume les accords existants, leur objet et leur caractère étendu ou non.

Tirant les enseignements des décisions du Conseil d’État de décembre 2023 qui ont rejeté les recours en annulation formulés par Interfel contre les décisions de refus d’extension de certains de ses accords qualité, Interfel a pris un ensemble de mesures pour sécuriser à l’avenir l’extension de ces accords.

Tout d’abord, Interfel a notifié son projet d’accord « Pomme – Calibrage » à la Commission européenne en application de l’article 210 du règlement OCM afin d’obtenir de sa part une « lettre de confort » concernant la compatibilité de cet accord avec le droit de la concurrence. La Commission européenne a rendu son avis le 12 juin 2024 et a reconnu que cet accord est nécessaire pour permettre aux membres d’Interfel de mener à bien leurs missions et ne constitue pas une restriction de concurrence.

Ensuite, Interfel a entamé un travail de réécriture de ses accords et s’est rapproché de la DGCCRF et de la DGPE pour recueillir leurs observations et recommandations.

Le détail des travaux menés en 2024 sur les accords qualité est développé dans le chapitre consacré au GT Qualité Produit.

PRODUIT CONCERNE	OBJET DE L'ACCORD	STATUT DE L'ACCORD EN 2024
Concombre	Calibrage	Non étendu
Echalote	Calibrage	Étendu
Kiwi Hayward	Date de récolte, Date de commercialisation, Maturité	Partiellement étendu
Melon Charentais	Calibrage, Conditionnement	Étendu
Noix fraîche	Maturité	Partiellement étendu
Pêche, Nectarine	Calibrage	Non étendu
Pomme	Calibrage	Non étendu
Pomme Granny Smith	Maturité, Qualité	Étendu
Prune	Conditionnement	Étendu
Raisin	Maturité	Étendu





Comité Bio

Une action collective pour soutenir et valoriser la filière bio

En 2024, le Comité Bio d'Interfel a mené un grand nombre de travaux en mettant l'accent sur :

Co-rapporteurs
du Comité Bio en 2024 :
Amont : Bruno Vila
(Légumes de France)
Aval : Emmanuel Eichner (SNIFL)

Le soutien et la défense de la filière des fruits et légumes bio auprès des pouvoirs publics

Avec plusieurs années de dégradation des conditions de marché initiées en 2020, le marché des fruits et légumes bio entrevoit une stabilisation de la situation mais celle-ci reste fragile dans un contexte incertain. Aussi Interfel n'a pas cessé d'objectiver ces difficultés d'ordre structurel et conjoncturel afin d'alerter sur les difficultés traversées par les opérateurs économiques de ce segment de marché. Une enveloppe de 90 M€ d'aides (toutes filières confondues) a ainsi été accordée en 2024 pour apporter un soutien immédiat aux exploitations en agriculture biologique ayant subi des pertes économiques importantes.

La connaissance des marchés

Dans la continuité de l'étude sur l'adéquation entre l'offre et la demande en bio réalisée en 2022, différentes pistes de travail ont été engagées pour anticiper le développement du marché. Ainsi, concernant le volet amont, Interfel a lancé une étude avec le cabinet AGREX Consulting afin d'explorer les méthodes d'objectivation qui existent ou pourraient être développées pour suivre l'évolution des rendements en agriculture biologique afin de mieux appréhender l'état et l'évolution de la production. Les conclusions de cette étude sont attendues mi 2025 en amont de l'enquête qui devrait désormais être menée chaque année par l'administration

afin de fournir des données sur la SAA en bio à la demande de la Commission européenne. En parallèle, le travail sur les simulations d'indicateurs de marché travaillé en collaboration avec le RNM dans le cadre de l'expérimentation demandée par les pouvoirs publics en tomate et pomme a été conduit tout au long de l'année. Les conclusions définitives devraient être rendues une fois l'analyse qui se déroule en parallèle sur le dispositif d'accord de modération des marges finalisée. Les premiers enseignements de ces travaux mettent en évidence que l'indicateur le plus pertinent pour suivre les évolutions de marché serait le niveau de déclassement.

Plusieurs autres travaux sont menés chaque année sur les données de l'agriculture biologique, notamment l'« Observatoire économique des fruits et légumes bio par produit » et l'enquête sur la première mise en marché des fruits et légumes bio pour laquelle une infographie est disponible en ligne.

Des interventions concernant la situation du marché des fruits et légumes bio :

- Lors de l'édition 2023 de Tech&Bio à l'occasion de la conférence « Fruits et légumes bio : Marchés et perspectives » en septembre 2023 ;
- Lors de la rencontre technique organisée par le CTIFL et l'ITAB à Lanxade (novembre 2023) ;

- Lors de la journée régionale fruits bio, organisée par le Cluster Bio Auvergne-Rhône-Alpes (novembre 2023) ...
- Par ailleurs, des interventions complémentaires au travers de la presse écrite spécialisée ont également eu lieu afin d'apporter un éclairage sur le marché des fruits et légumes bio.

Communication En 2024, Interfel a poursuivi pour une 3^{ème} année consécutive les actions de son programme européen (lancé en 2022), en partenariat avec le Cniel, « Prenez en main la Bio ». Ce programme de communication sur la promotion des fruits et légumes bio et des produits laitiers bio s'est terminé en 2024 avec un budget de 600 k€/an (participation UE à hauteur de 70 %). L'objectif principal du programme était 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.

Le programme a été décliné en différentes actions : publication sur les réseaux sociaux, relations presse, développement d'outils de communication (visuels et vidéos), participation à des salons professionnels (comme au Salon des Maires de France en novembre 2024 avec l'organisation d'une conférence : « L'agriculture bio au service de nos territoires : de la parole aux actes ») et la réalisation de vidéos

de formation sur les fondamentaux de la bio. L'ensemble des éléments est disponible sur le site internet dédié : www.prezenmainlabio.eu



Par ailleurs, dans la continuité des campagnes radios de 2022 et 2023 et à la demande du Comité Bio, Interfel a lancé dans le courant de l'été 2024, une nouvelle campagne radio #Bioréflexe avec un script revu et axé sur le produit fruit et légume bio. Un travail a par ailleurs été mené avec les membres du comité bio pour collaborer à la préparation de la nouvelle campagne de communication attendue en 2025 et pilotée par l'Agence Bio avec la présentation de données sur le profil des consommateurs bio et un recueil des attentes des professionnels de la filière fruits et légumes frais (Voir également la page 45 dans la partie communication).





Comité RHD

25 ans dédiés aux fruits & légumes frais en RHD !

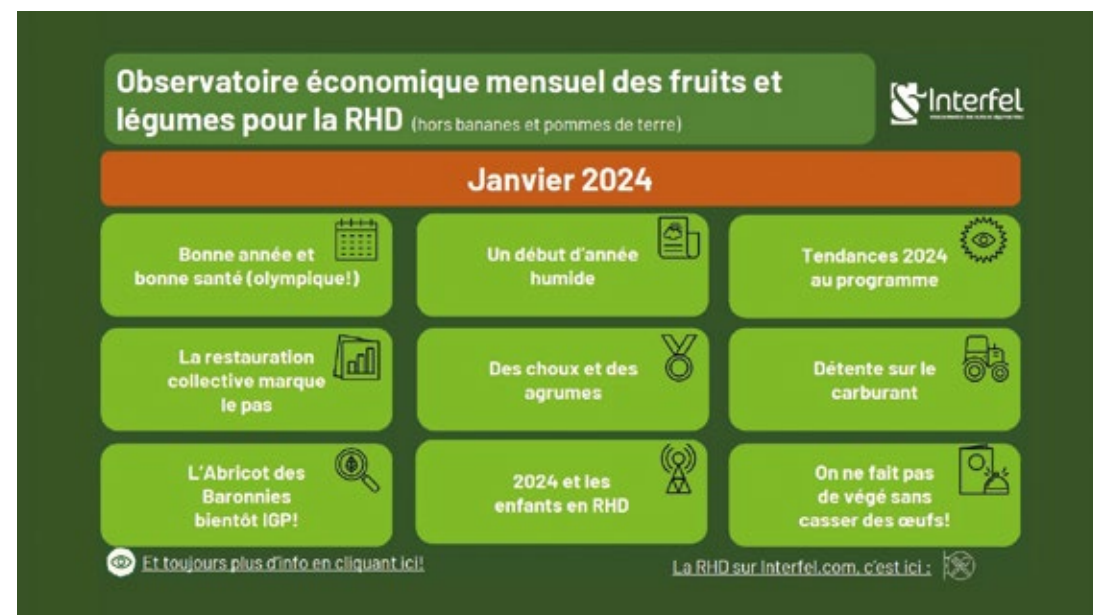
L'année 2024 a vu le Comité RHD concentrer ses travaux sur des enjeux majeurs pour la filière des Fruits et Légumes frais dans le secteur de la Restauration Hors Domicile (RHD), allant de la mise à jour des Recommandations pour l'Achat Public des Fruits & Légumes Frais à des travaux sur l'intelligence économique autour de ce secteur. 2024 aura également été l'occasion de souffler les 25 bougies du Comité !

Corapporteurs
du Comité RHD en 2024 :
Guy-Bernard Cordier (UNCGFL)
et Mickaël Dubois (RESTAU'CO)

Intelligence Économique

Le Comité RHD a accordé une importance particulière à l'amélioration de la connaissance du secteur de la restauration et à la place des Fruits & Légumes Frais au sein de celui-ci. Plusieurs spécialistes de ce segment de marché sont intervenus pour présenter des données économiques et explorer différentes solutions pour en

parfaire la connaissance. Le contexte économique a été également régulièrement abordé notamment pour appréhender l'impact de l'inflation mais également l'effet des Jeux Olympiques sur la restauration hors domicile. Enfin, un tableau de bord mensuel a été diffusé aux acteurs du secteur dans le cadre de l'observatoire économique des fruits et légumes en RHD.



En parallèle, des travaux ad hoc ont été menés sur la consommation en fruits et légumes des seniors en prestation de restauration. Ces travaux se poursuivront en 2025. 2024 aura également été l'occasion de finaliser 3 années d'expérimentations avec le CTIFL sur l'impact des modes de gestion et de préparation en RHD sur les qualités organoleptiques et nutritionnelles des Fruits et Légumes Frais.

Enjeux Réglementaires et Environnementaux

La mise en place de la Responsabilité Élargie du Producteur (REP) Emballage Restauration a été un point d'attention fort pour le Comité RHD, avec des échanges approfondis et la participation de Citeo Pro pour clarifier les obligations et la mise en œuvre de cette nouvelle filière REP. Ces travaux se sont concrétisés par la mise en place d'une FAQ afin d'accompagner les acteurs du secteur sur ce sujet.

En parallèle, le Comité RHD a finalisé la mise à jour de ses Recommandations pour l'Achat Publique de Fruits et Légumes Frais. Outre quelques changements liés au code de la commande publique, cette nouvelle version a été

l'occasion d'intégrer le décryptage des dernières évolutions liées à la loi EGAlim, notamment concernant les critères d'achat durables et de qualité.

Communication et valorisation des F&L

Les actions de communication sur le secteur ont été dynamiques, avec le déploiement des campagnes grand public « Jamais Trop Mixte » et « Jamais Trop Fiers » adaptées au secteur de la RHD pour encourager la consommation sur les lieux de restauration. En parallèle, le programme Lait & Fruit à l'Ecole a continué d'être promu auprès des professionnels et du grand public. 2024 a vu également se tenir la 3^{ème} édition des RDV de la Restauration Collective en amont de la participation de l'interprofession au Salon Restau'Co. Tous ces temps d'échanges ont permis de présenter les outils de l'interprofession et d'échanger avec les acteurs du secteur. C'est d'ailleurs avec ces mêmes objectifs que le Comité a œuvré à la préparation du SIRHA. Ces trois axes majeurs illustrent ainsi l'engagement du Comité RHD en 2024 pour accompagner la filière des Fruits et Légumes frais face aux défis et opportunités du secteur de la Restauration Hors Domicile.



Groupe de Travail qualité produit

Sécuriser la qualité et l'origine pour toute la filière

Le service Segmentation & Qualité Produit traite les thématiques de réglementation et d'expertises filière concernant notamment les Accords Interprofessionnels Qualité, les normes de commercialisation, le logo Fruits et Légumes de France et ses déclinaisons, les Signes Officiels de la Qualité et de l'Origine ainsi que la thématique de la fraude à l'origine.

En 2024, la cellule info-normes a évolué en Groupe de Travail « Qualité Produit » afin d'assurer une plus grande cohérence avec les autres GT de la Commission Économie en redéfinissant le mandat et élargissant le périmètre aux professionnels de la filière directement concernés par cette thématique. Se sont tenues au cours de l'année 2024 trois réunions du GT Qualité Produit et quatre GT ad hoc qui ont permis d'approfondir des sujets de manière spécifique. Un travail sur la feuille de route de ce GT a été accompli, incluant notamment le sujet de la fraude à l'origine.

Le travail sur les Accords Interprofessionnels « qualité » se poursuit avec des évolutions en termes de rédaction pour tenir compte des retours des pouvoirs publics et donner davantage de précisions aux opérateurs pour l'application de ces accords. Ainsi, chaque nouvel accord retravaillé apporte des précisions sur les modalités de contrôle et d'échantillonnage. De ce fait, un document complémentaire appelé note technique, précise la méthodologie d'échantillonnage et de contrôle et accompagne désormais chacun des accords renouvelés.

Focus sur les accords interprofessionnels qualité retravaillés en 2024

Accords retravaillés et renouvelés en 2024

- **Concombre – Calibrage /**
Pêche Nectarine – Calibrage / Pomme – Calibrage
Prolongement à l'identique de ces trois accords encadrant les pratiques de calibrage, sur une durée d'un an (jusqu'au 31/12/2025), via un avenant.

• **Echalote – Calibre**

Reconduction à l'identique de l'accord qui fixe le calibre maximal pour la commercialisation des échalotes sur le marché français et à l'export.

• **Noix fraîche – Maturité**

Evolution de l'accord qui encadre les règles de maturité en ajoutant une période maximale de commercialisation. Ainsi, tout lot de noix fraîches doit être commercialisé dans un délai de 15 jours maximum après expédition.

• **Pomme Granny – Maturité et Qualité**

Première demande d'extension pour cet accord qui encadre la qualité de la pomme de variété Granny Smith, dès sa récolte et jusqu'à sa commercialisation sur le territoire français. Ainsi, les règles de maturité à la récolte et les dispositions de qualité dans les circuits de commercialisation s'appliquent à tous.

• **Raisin – Maturité**

Reconduction à l'identique de l'accord qui fixe le respect d'un taux de sucre minimal sur 10 variétés.

Outils de décryptage de la réglementation « produits »

L'année 2024 fut marquée par la préparation aux évolutions des normes de commercialisation, le règlement n°543/2011 ayant été remplacé par le règlement délégué n°2023/2429 entré en vigueur au 1^{er} janvier 2025. Un livrable synthétique et facilement accessible permettant de décrypter les évolutions à venir a été créé afin de faciliter la compréhension des



textes pour les opérateurs. Ce dernier a été mis à disposition de la filière sur le site d'Interfel : Nouveaux règlements 2023 2429 et 2430, en plus de l'accompagnement direct qui a pu être fait.

Par ailleurs, le tableau des normes de commercialisation en fruits et légumes, outil destiné aux opérateurs de la filière de l'amont et de l'aval, rassemble au même endroit les liens vers les différentes normes de commercialisation en fonction des produits et reste accessible sur le site d'Interfel, dans la rubrique « **Nos Services : Tableau normes qualité** ». Il est toujours possible de consulter l'ensemble des Accords Interprofessionnels et documents associés à partir de l'espace Documentation du site www.interfel.com.

Logo Fruits et Légumes de France et de ses déclinaisons

Véritable étendard pour les structures engagées dans la démarche, le logo est aujourd'hui utilisé par près de 700 opérateurs inscrits depuis 2015. À noter que le logo « Fruits et Légumes de France » ne relève pas d'un accord interprofessionnel mais s'inscrit dans le cadre plus large des logos « produits de France » géré par l'APAF (Association des Produits Agricoles de France). Le logo existe sous une forme générique ainsi que sous la forme de déclinaisons par produit : abricots, aubergines, cerises, concombres, kiwis, poires, pommes, poivrons, raisins, tomates, fruits rouges et la dernière déclinaison noix de France validée au cours de l'année 2024. Pour plus d'informations sur la démarche, nous vous invitons à consulter le site www.interfel.com dans l'espace Vos services Logo Fruits&Légumes de France.

Travaux sur la fraude à l'origine

Depuis 2020, Interfel et ses organisations professionnelles membres mènent un travail sur la fraude à l'origine et les moyens de lutte disponibles : enjeu majeur pour la filière étudié pour mieux en comprendre la mécanique et mieux la contrer. Interfel a ainsi accompagné, aux côtés d'organisations professionnelles représentatives de certains produits et les laboratoires en charge, la construction d'une base de données isotopiques. Interfel poursuit son soutien financier auprès des organisations professionnelles représentatives de ces produits pour constituer des bases de données qui faciliteront l'identification de fraudes à l'origine via des analyses spécifiques (RMN, isotopiques ou autres). Ainsi, une partie des coûts des analyses réalisées est pris en charge par Interfel, permettant aux structures concernées de prolonger leurs travaux prometteurs qui deviennent probants et concrets.

En 2024, les travaux se sont poursuivis en prolongeant l'étude conduite par le cabinet Hybird dont la mission dans la première phase de l'étude est d'identifier un maximum de critères de vulnérabilité qui pourraient pousser à la fraude (ex. paramètres climatiques, ratios économiques, techniques, retard dans une campagne, etc.).

Signes d'identification de la qualité et de l'origine (SIQO)

Les SIQO 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). Nous sommes actuellement à la moitié de cette ambition.

Deux études avaient été réalisées, en 2017 (étude nationale) et en 2019 (étude régionale), afin de mieux connaître la situation des SIQO et de leur écosystème sur le territoire. Les enseignements de ces 2 études restent d'actualité en 2024, avec la mise en exergue notamment des difficultés auxquelles les acteurs de ces filières sont confrontés. Depuis fin 2022, Interfel a initié la mise en place d'un baromètre des fruits et légumes sous SIQO-hors Bio afin de disposer d'un suivi économique annuel complet des SIQO du secteur des F&L frais et identifier les leviers à actionner pour valoriser et développer les filières des F&L sous SIQO. Ce baromètre a pu être mis en place fin 2023 à la suite d'un travail d'enquête auprès des ODG (Organismes de Défense et Gestion) et des structures accompagnantes, et de plusieurs réunions de travail. En 2024, l'enquête s'est poursuivie et a permis de récolter des données qui consolident le baromètre. Un travail de communication sera nécessaire afin que la collecte de ces données soit complète, rendant alors cet outil robuste et opérationnel pour accompagner et structurer les filières F&L sous SIQO.

En parallèle de la mise en place de cet outil, Interfel a suivi les travaux menés par l'INAO dans le cadre d'une campagne de communication participative globale sur les SIQO : **Il y a des signes qui ne trompent pas/signes officiels de confiance**. Cette campagne à l'attention du grand public portait sur l'ensemble des 5 SIQO : AOP, IGP, STG, Label Rouge et AB avec une semaine de la qualité et de l'origine, du 1^{er} au 7 décembre, qui a mobilisé des professionnels de la filière et a été relayée sur les réseaux sociaux de l'interprofession. Afin de structurer davantage la réflexion et les actions autour de ces signes officiels de qualité, la Commission Économie d'Interfel a validé la mise en place d'une task force « SIQO ».

1-Le Bio faisant l'objet d'un suivi et d'un observatoire économique à part



Groupe de travail énergie

Un lieu d'échanges et d'expertise pour mieux comprendre et maîtriser ses dépenses énergétiques

Après s'être réuni à plusieurs reprises en 2023 en GT Energie à la demande de la Task Force « Urgence crise » mise en place par la Commission Économie pour faire face à la crise déclenchée par le conflit en Ukraine, les professionnels ont souhaité la tenue d'un webinaire sur la problématique énergétique afin de capitaliser sur les travaux réalisés et accompagner les opérateurs de la filière dans leur transition vers un modèle durable et compétitif.

Un webinaire organisé par Interfel le 15 mars 2024 et dédié à la question énergétique dans la filière, a permis de mettre en lumière les enjeux actuels et les solutions envisageables pour mieux maîtriser les charges. La restitution par le CTIFL de l'étude de l'impact des coûts de l'énergie dans la filière fruits et légumes, présentée par Xavier Vernin de la Direction de la Prospective et des Études Économiques (CTIFL), a permis de dresser une analyse détaillée de l'évolution de la consommation énergétique par grand modèle de production de fruits et légumes, ses coûts au sein de la filière et les leviers disponibles pour les réduire. Cette restitution a été suivie de l'intervention de Dominique Jamme, directeur général des services de la Commission de Régulation de l'Énergie (CRE), sur les défis de la crise

énergétique avec un retour sur les mesures mises en place, la réforme du marché de l'énergie en 2026 (fin de l'ARENH) et les recommandations pour les entreprises.

Le rapport d'étude du CTIFL est disponible en ligne sur le site du Ctifl : <https://www.ctifl.fr/effets-de-la-crise-energetique-sur-la-filiere-fruits-et-legumes-analyse-des-couts-et-leviers-de-reduction>

Un guide pour accompagner les consommateurs professionnels d'électricité et de gaz est également disponible sur le site de la CRE pour aider les professionnels dans leurs achats d'électricité et de gaz.



Groupe de travail juridique

Guides contractuels, relations commerciales, veille EGAim, accords interprofessionnels : le GT JURIDIQUE fédère la filière autour de règles claires et partagées

Le GT juridique réunit les experts désignés par les organisations membres d'Interfel pour travailler notamment sur le droit des relations commerciales. Rattaché à la Commission Économie, il est piloté par le Service des Affaires Juridiques qui fait partie de la Direction Stratégie Filière.

En 2024, le GT juridique a achevé la rédaction du nouveau guide des relations contractuelles dans la filière des fruits et légumes frais.

Totalement repensé et enrichi sur le fond comme sur la forme avec une présentation des relations contractuelles « en marche avant » du producteur jusqu'au consommateur ou convive, la nouvelle version expose le droit qui s'applique à tous les stades de la filière et le cas échéant les pratiques innovantes pouvant en découler. La révision du guide poursuit un double objectif : permettre aux opérateurs de mieux maîtriser les règles qui gouvernent leurs relations commerciales et encourager une contractualisation écrite, volontaire et adaptée au sein de la filière.

Fruit d'un travail collaboratif avec la Chambre arbitrale internationale pour les fruits et légumes frais (CAIFL), le GT juridique a également achevé en 2024 la rédaction de la nouvelle version du Cofreurop.

Le Cofreurop est un code d'usage propre aux échanges commerciaux, nationaux et internationaux, de fruits et légumes frais. Il s'agit d'un recueil de règles que les professionnels peuvent utiliser pour régir leurs transactions commerciales. La nouvelle édition a été retravaillée pour tenir compte de l'évolution des pratiques professionnelles. Elle est déclinée en cinq langues : français, anglais, allemand, italien et espagnol.

Le nouveau guide des relations contractuelles dans la filière des fruits et légumes frais et la nouvelle version du Cofreurop sont disponibles en téléchargement sur le site Internet d'Interfel (www.interfel.com).

Le GT juridique s'est par ailleurs réuni à deux reprises pour travailler sur le renouvellement de deux accords interprofessionnels relatifs aux relations commerciales : l'accord interprofessionnel sur l'encadrement des réactions tarifaires résultant d'une non-conformité qualitative ou quantitative du produit livré par rapport à la commande, qui avait été adopté pour un an (du 1^{er} au 31 décembre 2024), et l'accord interprofessionnel sur la sécurisation des annonces des prix hors lieux de vente qui expirait le 6 juillet 2024. S'agissant du premier accord (réactions tarifaires), il a fait l'objet d'une évaluation par Interfel du 1^{er} septembre au 20 octobre 2024 afin de s'assurer que les nouvelles règles applicables aux cessions à prix ferme de fruits et légumes frais sur les carreaux affectés aux producteurs et grossistes situés au sein des MIN et autres marchés physiques de gros de produits agricoles ne soulevaient pas de difficulté d'application. Les deux accords ont été présentés à la DGCCRF le 25 novembre 2024.

Enfin, le GT juridique a continué en 2024 son suivi des lois EGAim et de leurs décrets d'application. Il a ainsi été amené à travailler sur une révision de la liste des produits qui dérogent à la clause de renégociation obligatoire du prix prévue par l'article L. 441-8 du code de commerce. Pour rappel, cette faculté avait été introduite par l'article 20 de la loi EGAim 3 du 30 mars 2023. Si une première liste de produits avait été fixée par un arrêté du 31 juillet 2023, un deuxième arrêté a été adopté le 15 février 2024 incluant entre autres les haricots secs, qui font partie du périmètre d'Interfel. Les contrats écrits portant sur la vente de haricots secs peuvent désormais être valablement conclus sans clause de renégociation du prix, même s'ils ont une durée d'exécution supérieure à trois mois. Le régime applicable à ce produit est ainsi aligné sur celui des autres légumineuses.





Groupe de travail logistique & emballage

Une année de transitions

En 2024, les membres du GT Logistique & Emballage ont poursuivi leurs travaux avec 3 réunions en distanciel et des sollicitations récurrentes tout au long de l'année. Le GT s'est notamment attaché à poursuivre les décryptages techniques des évolutions réglementaires et à recueillir le point de vue des professionnels, que ce soit au niveau national ou au niveau européen. En parallèle, le GT a initié des travaux sur les émissions de Gaz à Effet de Serre (GES) au niveau de la logistique de la filière.

Co-référents :
Christophe ROUSSE (FELCOOP)
et Philippe MAHÉ (FCD)

Enfin, les membres du GT ont été invités à une visite guidée du salon All4Pack, leur permettant à la fois de prendre la température des évolutions du secteur de l'emballage et d'échanger avec les offreurs de solutions, et plus spécifiquement d'alternatives aux plastiques pour les fruits & légumes frais.



Émissions de GES au niveau logistique de la filière

S'inscrivant dans un projet plus global de l'interprofession visant à évaluer les Emissions de Gaz à Effet de Serre au sein de la filière, le GT Logistique & Emballage a été sollicité pour mener des travaux au niveau de la logistique. 2024 aura ainsi été l'occasion de valider une méthodologie et des hypothèses de travail permettant d'avoir un état des lieux de ces émissions. Une fois ce constat posé, la prochaine étape pour le GT est de pouvoir identifier les leviers de réduction de ces émissions, travail qui sera mené en 2025, pour nourrir la feuille de route décarbonation de la filière.

Travaux en lien avec les emballages des fruits & légumes frais

2024 aura aussi été l'occasion de finaliser le projet « Interfel pour un futur emballant », réalisé avec le soutien financier de l'ADEME sur la recherche d'alternatives aux emballages plastiques. Le dernier volet a permis notamment d'apporter des réponses à la suppression des plastiques pour des produits plus complexes comme le « Prêt à l'Emploi » ou la « Fraîche Découpe ». Ce projet a également été conclu par la mise en place d'un webinar destiné à diffuser le plus largement possible les conclusions des travaux menés.

Les professionnels ont par ailleurs validé le fait de poursuivre la mise à jour et l'alimentation de la plateforme au-delà du

projet initial mené avec l'ADEME et ceci afin d'assurer aux professionnels la qualité et l'actualisation des solutions proposées.

Mise en place du règlement européen sur les emballages et déchets d'emballage

Au niveau européen, 2024 aura vu se finaliser la rédaction du PPWR (Packaging and Packaging Waste Regulation), en tant que règlement visant à harmoniser au niveau communautaire les règles relatives aux emballages et déchets d'emballage. Ce projet comportant des dispositions spécifiques aux fruits & légumes frais, le GT a été mandaté pour suivre les évolutions des différentes rédactions jusqu'à la validation finale, et pour organiser les échanges avec les parties prenantes au niveau européen, dont Freshfel.

Responsabilité élargie du producteur (REP) restauration

Poursuivant l'expertise initiée en 2024 liée à la mise en place de la REP Restauration et ses implications pour les opérateurs de la filière, le GT logistique & Emballage a finalisé

son travail de décryptage initié en 2023. Après de nombreux échanges, notamment avec Citeo Pro eco-organisme en charge de la REP Restauration, Interfel a publié en août une FAQ pour répondre aux questionnements sur la mise en place de cette nouvelle réglementation.

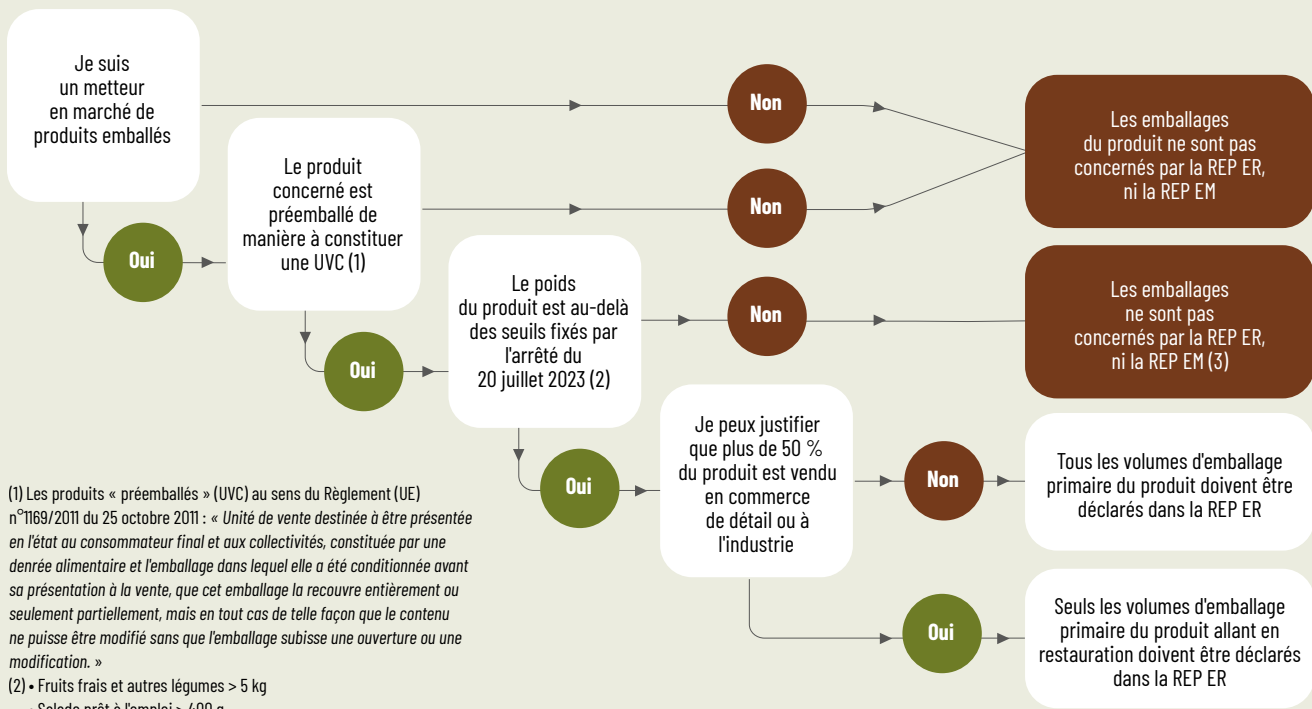
<https://www.interfel.com/services/documentation/faq-rep-restauration/>

Fiches pratiques - réglementation emballages - lois agec et climat et résilience

Dans la lignée des travaux sur la REP Restauration et le PPWR, et toujours pour répondre aux attentes des professionnels sur le terrain, le GT s'est également attaché à la rédaction de fiches synthétiques des dispositions des lois AGECE et Climat et Résilience sur les emballages. De façon opérationnelle, pédagogique et pragmatique, ces fiches permettent de sensibiliser les opérateurs de la filière aux différentes obligations auxquelles ils pourraient être potentiellement soumis.

<https://www.interfel.com/services/documentation/fiches-reglementation-emballages-interfel/>

Quand suis-je concerné par la REP ER ?



EM : Emballages ménagers ER : Emballages restauration EMA : Emballages mixtes alimentaires



Groupe de travail suivi de marché

Au plus près de la conjoncture

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 et optimiser la commercialisation des fruits et légumes frais.

En 2024, 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 31 réunions en visioconférence ou par téléphone qui ont permis de suivre le pouls des marchés tout au long des campagnes.**

En parallèle, Interfel a poursuivi en 2024, sur les périodes de printemps, d'été et d'automne-hiver, la **mesure de l'activité commerciale des marchés de gros et de la distribution grâce à l'outil « baromètre aval »**. L'outil complémentaire du « tableau de bord consolidé » hebdomadaire, présentant différents indicateurs économiques de suivi de marché, a été poursuivi en 2024. Les événements marquants des campagnes ou les temps forts de communication ont donné lieu à la **diffusion en 2024 de 8 bulletins d'informations filières et de 2 bulletins d'alertes filières** à destination des acteurs de la distribution afin de sensibiliser ces derniers aux spécificités et difficultés de marché.

Afin d'informer les professionnels sur les campagnes de commercialisation des fruits et légumes de saison, une première réunion a eu lieu le 29 février au Salon de l'Agriculture pour préparer le lancement des campagnes de printemps, puis, le 21 mai a été organisée la réunion de lancement des campagnes d'été (format visio). Une troisième réunion, en visioconférence, a été organisée le 15 octobre pour préparer le lancement des campagnes d'automne-hiver. Pour clôturer l'année, une journée nationale, qui s'est déroulée le 28 janvier 2025 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 2024 et d'échanger sur l'optimisation des outils à disposition pour la campagne 2025. La mobilisation des professionnels, à cette occasion, est toujours aussi importante.



Groupe de travail indicateurs

L'approfondissement des chiffres de la filière et le lien avec les marchés

En lien direct avec le GT suivi de marché, et placé également 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 à la 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 3 fois en 2024, et a travaillé notamment sur les sujets suivants :

Indicateurs Egalim relatifs aux coûts de production

Conformément à l'article L631-24 III du Code Rural, l'interprofession a poursuivi en 2024 la publication sur son site internet des **Indicateurs EGAlim** relatifs à l'évolution des facteurs associés aux coûts de production. Ces indicateurs, mis en ligne chaque mois depuis février 2019, sont élaborés par le GT Indicateurs en collaboration technique avec le CTIFL. Un travail de rebasage de ces indicateurs a été réalisé en 2024 (passage de base 100=2015 à base 100=2020). Dans un contexte marqué par une hausse généralisée des coûts de production, exacerbée tout au long de 2022 pour atteindre un « pic » en fin d'année – début 2023 et ralentir par la suite, ces indicateurs ont permis d'éclairer les professionnels de la filière sur les évolutions en cours.

Le GT Indicateurs relaie par ailleurs les nombreuses études et publications ayant trait à la répartition de la valeur au sein de la filière. Il suit notamment les travaux de l'OFMPMA et ceux lancés fin 2020 du Recensement Agricole (RA), dont une analyse détaillée pour le secteur des fruits et légumes a été publiée par le CTIFL en 2023. En 2024, le GT Indicateurs a reçu le SSP, qui a pu présenter la méthodologie de rebasage des données de la Statistique Agricole Annuelle à la suite du RA de 2020.

Indicateur de marché du RNM et suivi d'une étude sur l'accord de modération des marges

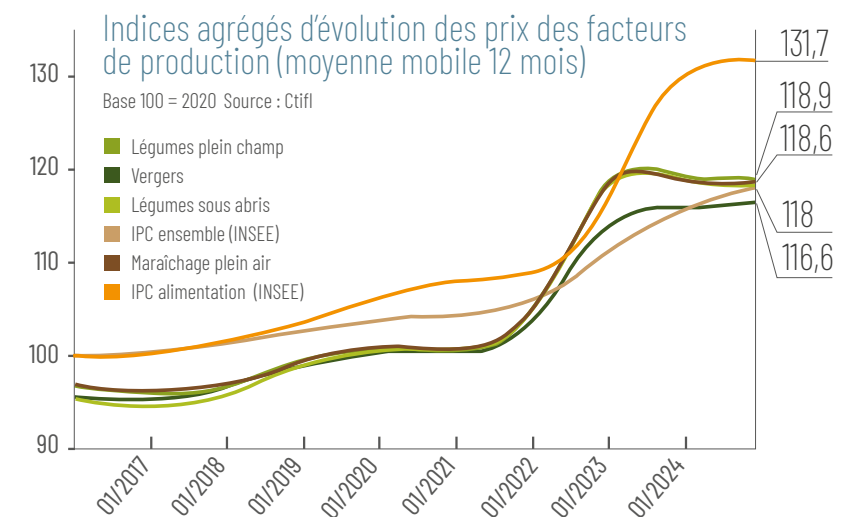
À la suite des travaux du GT indicateurs menés en collaboration avec le RNM sur la révision du mode de calcul de l'indicateur de marché du RNM et des paramètres qui définissent l'entrée et la sortie des produits en crise conjoncturelle – afin d'ajuster ceux-ci à l'évolution des marchés (arrêté modificatif publié le 4 juillet 2023) – des simulations sur l'été 2023 entre nouveau mode de calcul et calcul antérieur ont été présentées par le RNM à la demande du GT pour analyser l'impact des nouveaux paramètres. Les discussions autour de l'intégration de l'inflation dans

le mode de calcul de l'indicateur de marché du RNM se sont poursuivies.

Une étude, dans le cadre du programme d'études économiques de la Commission Économie, a été réalisée pour Interfel par le cabinet Tera autour de la mécanique de l'accord de modération des marges qui prend effet lors du déclenchement d'une crise conjoncturelle. Les résultats de cette étude ont été présentés au GT en 2024.

Les résultats illustrent que la mise en œuvre de l'accord semble effective et répandue, et est souvent accompagnée d'autres mesures. Ainsi l'effectivité de l'accord semble majoritairement atteinte mais l'évaluation réelle du dispositif est difficile à établir. Pour autant ce dispositif ne suffit pas toujours à sortir le produit de la crise car celle-ci dépend de nombreux facteurs externes.

Une poursuite des travaux a ainsi été validée par la Commission Economie d'Interfel fin 2024, afin d'identifier des pistes d'amélioration notamment autour de la simplification, l'objectivation des situations et les moyens d'action. Les résultats sont attendus en 2025.



Structure de coûts de production moyenne 2020+2022, appliquée à l'ensemble de la série. À partir de janvier 2023, les évolutions de prix des facteurs de production restent donc prises en compte à travers le IPAMPA mensuels. En revanche, leurs impacts sur la structure des coûts de production du RICA ne sont donc pas encore intégrés.

Le retour terrain en 2024

Les Experts-Produits du GIE Expertise et Contrôle (GIE-GIEC) ont la charge du contrôle de la bonne application des accords interprofessionnels qualité et du logo Fruits et Légumes de France. Le GIE Expertise et Contrôle se compose pour mémoire de deux membres : Interfel et le CNIPT (interprofession de la pomme de terre). Le GIE Expertise et Contrôle est composé de 9 experts produits, dont 1 référente Fruits et Légumes et 1 référent pomme de terre, répartis sur tout le territoire métropolitain.

Intervenant sur le territoire national métropolitain, le corps de contrôle et expertise intervient tout au long du circuit de commercialisation, à tous les stades, et opère de manière inopinée. Au-delà de la vérification du respect des accords interprofessionnels qualité, les Experts-Produits jouent également un rôle essentiel de pédagogie. Leur présence quotidienne auprès des opérateurs en fait des relais clés des messages portés par l'interprofession, en particulier sur les questions de qualité et de réglementation. Ils assurent aussi un suivi essentiel des pratiques observées sur le terrain.

En tant qu'observateurs privilégiés des rayons, des étals et de l'offre disponible dans les points de vente, les Experts-Produits transmettent régulièrement leurs constatations aux équipes d'Interfel.

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 »

et de ses déclinaisons. Sur le terrain, ils vérifient le respect du règlement d'usage et de la charte graphique. Depuis 2023, ils notent aussi leur présence en magasin pour pouvoir disposer d'un état des lieux réaliste de son utilisation et de l'évolution de celle-ci.

Bilan des contrôles des accords et du logo Fruits et Légumes de France

En 2024 et en moyenne chaque année, près de 3000 points de vente ont été contrôlés sur toute la France, permettant le contrôle d'un peu moins de 43 500 lots de fruits et légumes.



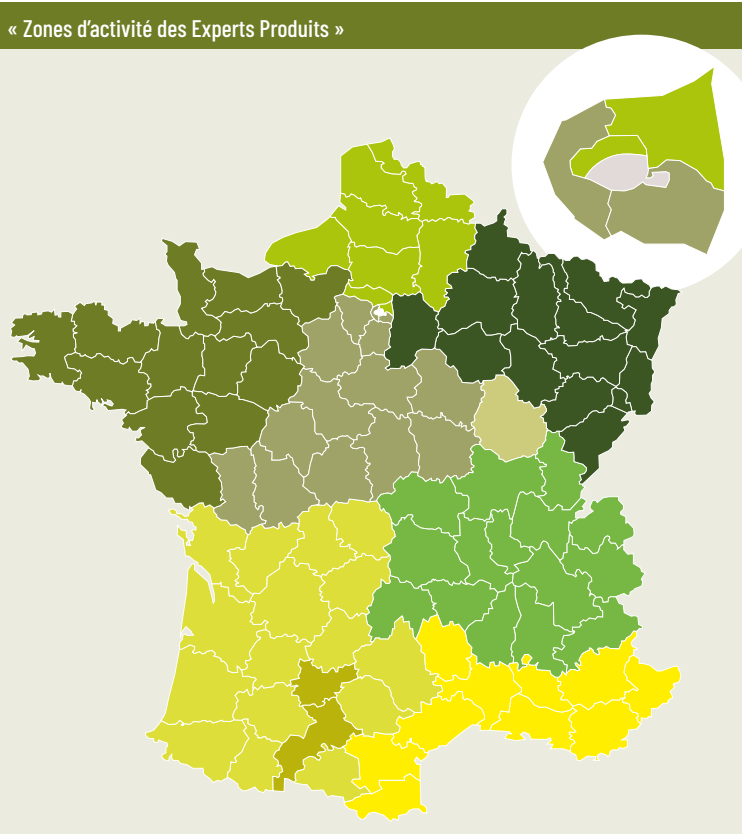
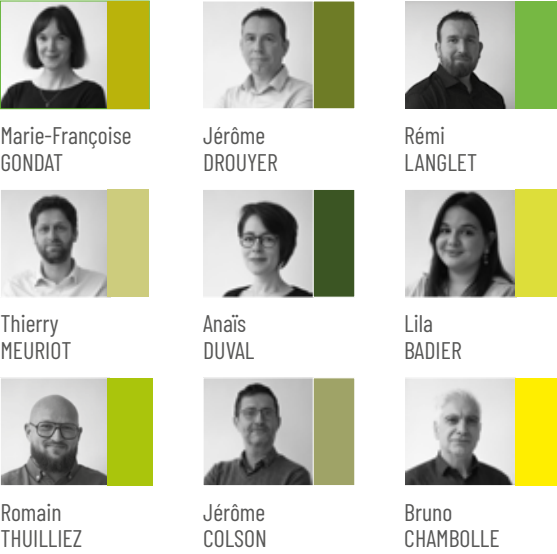
L'équipe opérationnelle



Marie-Françoise GONDAT
Référente Fruits & Légumes

Thierry MEURIOT
Référent Pommes de Terre

Experts Produits



Le bilan 2024 des contrôles Accords Qualité

Figure 1 : lieux visités en 2024

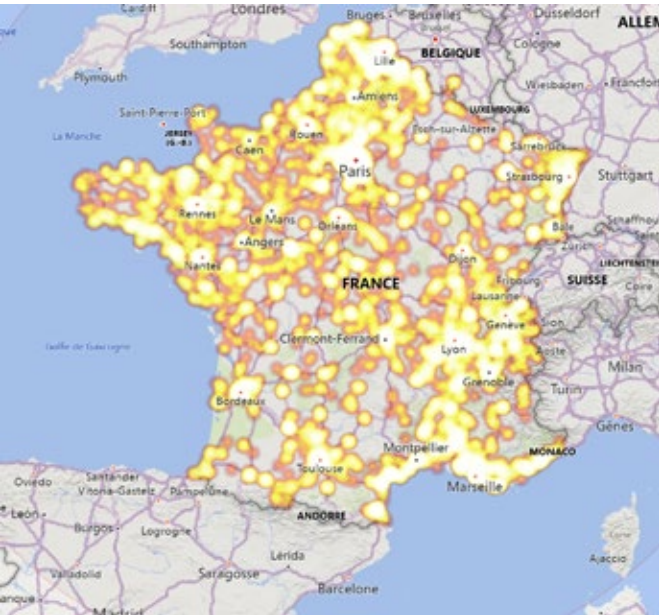
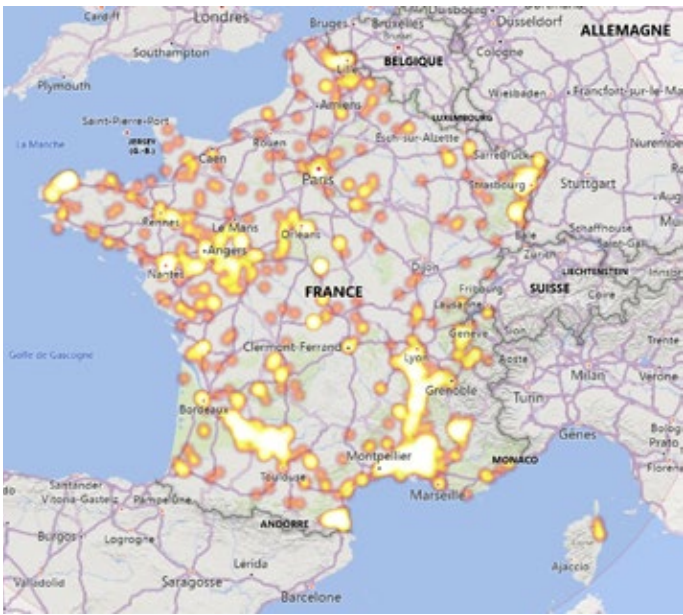


Figure 2 : origine des lots en 2024





Études économiques

Le programme d'études économiques

La Commission Économie d'Interfel préside chaque année à la définition du programme d'Études Économiques réalisé conjointement par Interfel et le CTIFL, conformément aux demandes formulées par les organisations membres d'Interfel.

Dans le cadre de cette mission, la Commission Économie conduit, en moyenne annuellement, 6 à 7 études financées par son propre budget et confiées à des cabinets d'études externes et pilote les travaux (études, appui conjoncture, observatoires et bases de données) menés par la Direction de la Prospective et des Études Économiques du CTIFL qui sont financés par la CVE. Ces études couvrent une diversité de thématiques, notamment :

- Les outils de pilotage économique tels que les indicateurs, observatoires ou analyses prospectives ;
- Les études spécifiques aux produits ou à la segmentation des marchés ;
- Le suivi des comportements des consommateurs et l'analyse des enjeux sociétaux.

Ainsi 8 études ont été restituées en 2024 :

- **Le baromètre sur le commerce interentreprise et spécialisé** qui éclaire sur l'évolution des différents segments,

- **Le bilan consommation et le baromètre de confiance** qui renseignent sur l'évolution des comportements de consommation,
- **L'enquête sur les volumes mis en marché en bio,**
- **L'étude sur l'analyse et les recommandations pour favoriser la consommation des seniors en prestation de restauration,**
- L'étude d'impact sur les coûts de l'énergie pour la filière (réalisation CTIFL),
- L'étude sur **l'évolution de la segmentation entre le frais et le transformé** (réalisation CTIFL),
- **Le baromètre de la perception de l'aubergine par les consommateurs** (réalisation CTIFL).

Toutes ces études sont disponibles, soit dans l'espace de documentation d'Interfel, soit sur le site du CTIFL pour celles réalisées par ce dernier.

Études économiques

Focus sur quelques études

Les Études Économiques constituent pour l'Interprofession un enjeu majeur. Comprendre, décrypter, anticiper les marchés, ainsi que 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 économiques et outils de suivi des marchés, mais mène également des études tout au long de l'année, en coordination notamment avec le Centre Technique Interprofessionnel des Fruits & Légumes (CTIFL).

À titre d'exemple, l'Interprofession a réitéré cette année des travaux et des publications sur les sujets suivants :

Le bilan de consommation 2024

Le **bilan de consommation de l'année 2024** a été publié fin février 2025. Il met en lumière les faits **marquants de l'année 2024 et les tendances de consommation observées**, notamment en lien avec un contexte économique qui a continué de s'améliorer avec la poursuite de la désinflation amorcée dans la seconde partie de 2023, après 2 années de progression soutenue. Les conditions climatiques de l'année ont été marquées par des **épisodes de pluies répétées** qui ont impacté l'offre et la demande ; sans oublier également une année sous le signe des **JO de Paris 2024**, qui ont pu contribuer à dynamiser la consommation conjuguée à une météo favorable fin juillet et début août. Après avoir modifié leurs comportements de consommation depuis 2 ans, les Français ont pu les stabiliser dans cet environnement économique plus favorable. Ils restent néanmoins attentistes face à une situation politique nationale et internationale mouvante (incertitudes budgétaires et changements de gouvernement en France, conflits géopolitiques à l'international).

À noter en 2024, une inflation des **fruits et légumes frais** de +1,5 % par rapport à 2023, après une hausse de 10,2 % en 2023 (source Insee).

Ce bilan de consommation aborde successivement le contexte global dans l'alimentaire avant de détailler les données de consommation des fruits et légumes frais selon différents critères (volume, valeur, prix et panier moyen...), par période et par produit. Il aborde également le cas particulier des produits biologiques.

Il est téléchargeable sur le site d'Interfel sur le lien suivant (en libre accès) : <https://www.interfel.com/services/documentation/bilan-de-consommation-2024/>

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 11^{ème} année consécutive et cofinancé par FranceAgriMer et Interfel, une étude sur la confiance accordée par les Français dans les fruits et légumes frais. Au terme de cette année 2024, les Français accordent toujours une grande confiance aux fruits et légumes frais, avec 93 % des répondants indiquant avoir confiance dans les fruits et légumes frais. Après 2 années de mise en place d'arbitrages (déconsommation volume et glissement de gamme) en réponse au contexte d'inflation globale marquée de 2022 et 2023, les Français ont bien perçu le ralentissement des prix à la consommation en 2024, et envisagent notamment le maintien ou la reprise de leurs achats de fruits et légumes frais avec logos / labels. Les principaux résultats de la vague 2024 de cette enquête ont été présentés en conférence de presse au Salon de l'Agriculture 2025 le 24 février 2025.

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

[interfel.com/services/documentation/infographie-barometre-de-confiance-2024/](https://www.interfel.com/services/documentation/infographie-barometre-de-confiance-2024/)
[interfel.com/services/documentation/synthese-du-barometre-de-confiance-fruits-et-legumes-2024/](https://www.interfel.com/services/documentation/synthese-du-barometre-de-confiance-fruits-et-legumes-2024/)

Les études « produits » : exemple de l'étude « aubergine »

Le CTIFL mène régulièrement à la demande des membres de la Commission Économie d'Interfel des études sur l'évolution de la consommation de certains fruits ou légumes frais. Le baromètre sur la consommation de l'aubergine paru en avril 2024 réalisé à partir d'une enquête qualitative et d'une enquête quantitative auprès de consommateurs met en évidence plusieurs points clés. Il souligne, notamment **l'image** estivale du produit, **la facilité de la préparation** (le plus souvent à la poêle dans un plat cuisiné et dans une moindre mesure grillée), des **critères d'achat peu différents par rapport au rayon F&L** en général (aspect, fermeté, prix, origine) et **des motivations d'achats pouvant être activées par des idées recettes**. Pour en savoir plus : <https://www.ctifl.fr/barometre-de-la-consommation-daubergine>

Groupe de réflexion produits melon : une année riche d'échanges amont aval

Le GRP melon, mis en place fin 2023, a pour objectifs le renforcement des relations commerciales et l'amélioration de la communication entre les différents maillons de la filière amont - aval.



Pour mener les travaux du GRP, la méthode de l'intelligence collective proposée par le cabinet Fruits de Valeur a été choisie, qui a accompagné l'animation du GRP sous le pilotage d'Interfel en cherchant à prendre du recul pour imaginer des solutions innovantes qui pourront être mises en œuvre de façon collective ou privée.

Tout au long de l'année 2024, 3 ateliers se sont tenus en présentiel ; 5 comités de pilotage et 2 réunions intermédiaires multi-maillons en visio ont également eu lieu. Ces différentes réunions ont notamment permis d'identifier l'énoncé unanime d'un problème à résoudre (« Comment pourrions-nous trouver un équilibre entre les impératifs économiques et de commercialisation de l'amont et les impératifs de communication et économiques de l'aval et de réfléchir collectivement à des pistes de solutions et actions en prenant en compte également les spécificités et attentes des différents maillons (mise en marché / grossistes / détail / RHD et mise en marché / GD).

Plusieurs pistes d'actions ont été identifiées : travailler les débouchés (export et transformation) avec l'appui d'Interfel, renforcer la communication (lancement de campagne, outil d'info/ alerte filière dédiée pour la RHD) et le relais des contenus existants (boutique communication Interfel, actions de communication de l'AIM), disposer d'indicateurs permettant de mieux suivre les situations de marché pour les objectiver et disposer d'information complètes lors des crises conjoncturelles (volumes, valeurs) avec un approfondissement de la réciprocité dans les échanges d'informations, et enfin disposer d'éléments permettant de mieux cerner le comportement du consommateur en point de ventes (identifier voire quantifier les leviers de consommation selon les cibles, en lien avec la segmentation). À la suite de la demande de la Commission Economie, la reconduction pour un an et le déblocage d'un budget ad hoc pour finaliser les travaux du GRP Melon ont été approuvés par le Conseil d'Administration d'Interfel.



Livre blanc du groupe de réflexion produits « petits fruits »

En 2019, Interfel a lancé les Groupes de Réflexion Produits (GRP) pour traiter collectivement les enjeux structurels spécifiques à un produit ou un groupe de produits. **Les professionnels des petits fruits ont été les premiers à expérimenter ce dispositif.** Le GRP Petits Fruits a permis **d'identifier les défis majeurs auxquels sont confrontées ces filières et de définir une feuille de route commune.** Les échanges ont mis en lumière l'importance de la collaboration interprofessionnelle

et ont permis de mobiliser les ressources disponibles (Interfel, Aprifel, CTIFL).

Le livre blanc paru en 2024 vient porter un regard d'ensemble sur les travaux du GRP « Petits Fruits » en reprenant l'historique des réflexions et les livrables concrets issus directement ou indirectement des échanges du groupe. **Il ressens également en annexe un certain nombre de ressources d'intérêt** pour celles et ceux qui souhaiteraient aller plus loin pour accompagner le développement des filières petits fruits.



Françoise ROCH
(FNPF)
Présidente
Déléguée



Jean-Marc
BRODBECK
(Saveurs
commerce)
Président
Exécutif

« JAMAIS TROP » D'INNOVATION ET DE RECHERCHE !

COMMISSION INNOVATION RECHERCHE

Membres de la Commission Innovation Recherche				
Collège Amont	Gefel	Collège Aval	Saveurs Commerce	SNIFL
FNPF Françoise ROCH Alban LEMAZURIER Adeline GACHEIN	Bruno DARNAUD Jean-Louis MOULON Vincent SCHIEBER (observateurs : Hugues Decrombecque / Alexandre Bonneau)	Confédération Paysanne Jonathan CHABERT	Christel TEYSSEDE Jean-Marc BRODBECK Lionel EXBRAYAT	Denis GINARD
Légumes de France Philippe BREHON	Coordination Rurale Sébastien HERAUD Tristan ARLAUD Patrick PIERRE	Aneefel Philippe DUPONT Sabine ALARY Joël BOYER	Restau'Co Yves FRIOT	FCA Nathalie MORGAND Maxime GROUARD Luka LEFORT (observateur : Vincent Martin)
Felcoop Jean NOUGAILLAC Albert RICHARD Hervé CONAN		UNCGFL Guy-Bernard CORDIER Frédéric STEFANI	SNRC Aleksandra NICOLLE	CSIF Alain KRITCHMAR

Edito Commission Innovation Recherche

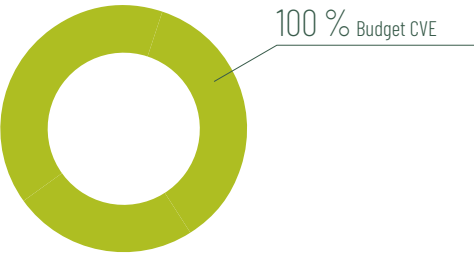
« Jamais Trop »
d’innovation et de recherche !

Un nouveau nom pour cette commission qui se réinvente afin de répondre aux multiples défis rencontrés par la filière : adaptation aux changements climatiques, suppression de substances actives pour la protection des cultures, nécessité de valoriser et améliorer l’offre produits pour répondre aux attentes des consommateurs, optimisation du travail pour gagner en compétitivité, etc.
La pertinence de cette commission chargée d’arbitrer

et piloter les stratégies collectives de recherche expérimentation n’a jamais été aussi prégnante. Entre ses mains se joue indéniablement l’avenir de la filière qui doit sans cesse innover pour rester dans la course. Un nouveau binôme de présidents constitué de Françoise Roch (FNPF) et de Jean-Marc Brodbeck (Saveurs commerce) a été constitué pour relever ce challenge passionnant et mettre en lumière les travaux de la filière !

BUDGET COMMISSION INNOVATION RECHERCHE 2024 RÉPARTITION PAR TYPE DE FINANCEMENT

Total réalisé	15 308 450,00 €
Budget CVE	15 308 450,00 €
Budget FAM	-
Subventions EU	-
Budget autre	-



Commission Innovation recherche

La recherche expérimentation
tournée vers l’avenir

La Commission Innovation Recherche est le trait d’union entre la recherche et les professionnels. Si le budget qu’elle gère, affecté aux actions de recherche-expérimentation, est l’un des tout premiers budgets de l’interprofession, les attentes des opérateurs économiques de la filière sont immenses devant les défis de la production et la commercialisation de fruits et légumes frais dans un contexte de déconsommation et de montée en puissance des enjeux de durabilité dans la stratégie filière.

Un des temps forts de l’année 2024 pour la Commission Innovation Recherche a été le séminaire stratégique de la Commission, s’inscrivant à la fois dans un objectif de bilan des 8 années d’existence de la Commission et dans une perspective de travail préliminaire au triennal 2026-2028. Au cours de séminaire, ont été définies des orientations stratégiques prioritaires de la recherche expérimentation pour la filière des fruits et légumes frais à horizon 2030. Ces orientations stratégiques prioritaires s’inscrivent dans la continuité des six grandes thématiques regroupant les propositions d’actions présentées annuellement par les porteurs de projet, essentiellement le CTIFL, chaque année pour l’année suivante. Ces six thèmes, se déclinant tous en sous-actions et objectifs, sont : Valeur ; Compétitivité ;

Environnement et sécurité des aliments ; Nouvelles technologies ; Potentiel des innovations ; Transfert. Suite à l’annonce en 2023 du Plan de Souveraineté Fruits & Légumes par le ministre de l’Agriculture, et au déploiement de dispositifs publics comme le PARSADA* ou le PAUPFL**, le budget total de la Commission Innovation Recherche a progressé pour atteindre plus de 15 M€ en 2024. Ces travaux ouvrent des perspectives encourageantes pour la filière à moyen long terme mais qui devront se confirmer année après année afin de garantir la stabilité de l’adaptation de la filière à ses enjeux externes.

* PARSADA : Plan d’action stratégique pour l’anticipation du potentiel retrait européen des substances actives et le développement de techniques alternatives pour la protection des cultures. ** PAUPFL : Plan d’Alternatives d’Urgence Phytosanitaire en Fruits et Légumes.



Séminaire de la commission

Des orientations stratégiques remises au goût du jour !

Après 8 années d'existence, la Commission ex-SIREF (Stratégie, Innovation, Recherche, Expérimentation, Formation) a profité de l'année 2024 pour faire son bilan et définir des orientations stratégiques prioritaires de la recherche expérimentation pour la filière des fruits et légumes frais à horizon 2030. Une Commission remise au goût du jour jusque dans son nom, pour plus de clarté, la Commission SIREF devient la Commission Innovation Recherche.

Réunis sur 2 jours, une trentaine de personnes, membres de la Commission Innovation Recherche et parties prenantes internes de l'écosystème de la recherche ont travaillé sur la mise à jour d'une vision commune pour la recherche expérimentation dans les fruits et légumes frais permettant de conjuguer les enjeux économiques environnementaux et sociétaux.

La raison d'être de la Commission Innovation Recherche

Pour assurer le devenir de la filière fruits et légumes frais, réunir les compétences et les expertises pour répondre à une ambition partagée :

- Arbitrer les orientations stratégiques collectives de recherche expérimentation
 - En piloter la mise en œuvre
 - Mettre en synergie notre écosystème
- Au bénéfice de tous les opérateurs (dont transfert).

4 piliers hiérarchisés pour guider les travaux de recherche-expérimentation à horizon 2030

En s'appuyant sur les enjeux prioritaires et la raison d'être nouvellement définie de la commission, les membres de la Commission Innovation Recherche ont travaillé à la mise à jour des orientations stratégiques hiérarchisées de la recherche expé pour la filière des fruits et légumes frais.

- Pilier 1 :** Adaptation aux changements climatiques
- Pilier 2 :** Compétitivité et robotisation
- Pilier 3 :** Valorisation
- Pilier 4 :** Produits phytosanitaires et sanitaire

Sans oublier les enjeux transversaux de transfert des connaissances et compétences vers les opérateurs économiques et de veille et influence auprès des parties prenantes externes.

Innovation

Club Innovation : 2 nouveaux axes de travail pour mieux innover dans la filière

Les travaux autour de l'innovation dans la filière et visant plus particulièrement le consommateur final ont été relancés en 2021 via l'animation d'un GT Innovation. Le retour d'expérience sur cette organisation a permis de faire le constat que le GT Innovation manquait de visibilité en interne et en externe et qu'il avait peu de résonance auprès des professionnels de la filière, très contraints par la conjoncture et la vie de leur entreprise. Néanmoins, dans le même temps, les professionnels investis confirment l'importance pour Interfel de poursuivre ses travaux sur l'innovation en se réinventant et en allant chercher de nouvelles énergies.

C'est ainsi que l'année 2024 a marqué une évolution dans la gestion du dossier innovation par Interfel. Le GT Innovation a ainsi évolué en Club Innovation, désormais rattaché directement au Conseil d'Administration. Les modalités de travail et d'échanges évoluent pour plus d'agilité et de pertinence mais en impliquant toujours les 3 structures interprofessionnelles que sont Interfel, le CTIFL et APRIFEL. L'objectif clairement affiché reste de mener des travaux prospectifs, notamment pour traiter du sujet de la consommation des Fruits et Légumes et envisager ce que pourrait être le futur de la filière des Fruits & Légumes Frais.

L'innovation concerne tous les sujets, tous les secteurs, tous les maillons de la filière des fruits et légumes frais : la production, la logistique, la mise à disposition du produit au consommateur, l'usage du produit par le consommateur. Le Club Innovation, composé d'acteurs des différentes organisations professionnelles membres de l'interprofession, coconstruit sa démarche innovation : analyser, stimuler et accompagner l'innovation au service de la consommation des fruits et légumes frais. Ainsi, le Club Innovation s'appuie sur 2 axes :

1 VALORISER

- Connaître et faire connaître l'engagement des acteurs de la filière
- Promouvoir les initiatives remarquables
- Créer l'émulation pour donner à tous l'envie d'innover

Concrètement, le trophée « **Les Remarquables** » a été créé pour valoriser les initiatives de la filière qui ont comme objectif de développer la consommation des F&L Frais

2 STIMULER

- Comprendre ensemble les facteurs influençant la consommation des fruits et légumes frais
- Publier un cahier d'inspirations décryptant les tendances
- Stimuler ainsi l'émergence d'initiatives innovantes

Concrètement, **ReFLex**, le cahier d'inspiration permettra d'identifier et communiquer les tendances dont la filière pourrait s'emparer dans une logique d'innovation

L'innovation au Salon de l'Agriculture

Plusieurs événements ont concerné l'innovation de la filière des fruits et légumes frais lors de l'édition 2024 du Salon de l'Agriculture. A l'ouverture du Salon, le samedi 24 février, Interfel est intervenu sur le plateau Semence Mag au sein de Village Semences sur la thématique : « **Quand les fruits et légumes s'emparent de l'innovation** ». Le Replay est à revoir ici :

<https://www.villagesemence.fr/sia2024/semence-mag-2024/j1-semence-mag-quand-les-fruits-et-legumes-separent-de-linnovation/>





Le Club Innovation d'Interfel s'était donné rendez-vous le mardi 27 février, afin d'aller à la rencontre d'acteurs innovants sur le Salon de l'agriculture aboutissant à des échanges nourris et de belles découvertes, dont Le Collectif Nouveaux Champs, Agriodor, Mycea, Veragrow, Foodpilot, Vegetal Signals... Ce format de réunion, très apprécié, s'inscrit totalement dans la nouvelle dynamique du Club Innovation en matière de partage d'inspirations.

Le vendredi 1^{er} mars, en guise de clôture des matinales qui se sont tenues sur le stand d'Interfel, l'innovation a été mise à l'honneur avec la matinée innovation en Fruits et Légumes « **Stimulons et valorisons vos innovations !** ». Ce temps d'échange et de partage fut l'occasion de redécouvrir les startups lauréates de l'édition Challenge innovation 2023 (Proteme, Tomogrow, FIG). La startup très prometteuse IDA qui propose un logiciel de gestion de stock basé sur l'IA permettant de limiter le gaspillage alimentaire a également été invitée à prendre part à cette matinée. Enfin, le trophée « Les Remarquables d'Interfel », le trophée des initiatives de la filière qui donnent goût aux fruits et légumes a été officiellement lancé.



AXE VALORISER : Les Remarquables

Le trophée « Les Remarquables », le trophée des initiatives innovantes de la filière qui donnent goût aux fruits et légumes, est une initiative du Club Innovation d'Interfel soutenue par le ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire.

Le dépôt des candidatures au trophée « Les Remarquables »

a été ouvert mi-avril jusqu'à la fin du mois août ; il est ouvert à tous les opérateurs de la filière, de l'amont (producteur, expéditeur ou semencier...) ou de l'aval (grossiste, distribution, importateur...) qui ont développé une initiative créant de la valeur et servant la consommation de fruits et légumes frais.

Les 4 catégories sont :

- Open innovation : réalisation née d'une collaboration avec un partenaire extérieur à l'entreprise voire à la filière ;
- Amélioration continue : réalisation qui améliore significativement la performance de votre activité ou de la filière ;
- Transversalité filière : réalisation née d'une collaboration entre acteurs de plusieurs maillons de la filière ;
- Nouvel usage : réalisation qui renouvelle l'expérience des consommateurs.

22 dossiers qualitatifs ont été déposés. Une première pré-sélection a été réalisée par un jury technique, 12 candidats ont défendu leur candidature face à un jury professionnel, composé d'acteurs de la filière des fruits et légumes frais et de professionnels de l'innovation. Ces derniers ont désigné les lauréats et, ayant été particulièrement séduit par un dossier, ont également souhaité attribuer un prix spécial « Coup de cœur du jury ».

Le mercredi 23 octobre fut l'occasion de dévoiler les lauréats sur la scène des SIAL Talks au SIAL (Salon



International de l'Alimentation). Un moment important qui clôture cette première édition du trophée. Les lauréats sont les suivants :

Catégorie amélioration continue

Gagnant : TOURGIS PRIMEUR pour son initiative Santé au travail par l'alimentation

Catégorie open innovation

Gagnant : TERREAZUR Île-de-France pour son initiative TerreAzur Mûrissage

Catégorie transversalité filière

Gagnant : CUISINONS NOS PAYSAGES pour son initiative Cuisinons nos paysages

Catégorie nouvel usage

Gagnant : PRIMEAL pour son initiative Poireau Minute

Coup de cœur du jury

Gagnant : PERLE DU NORD Pour son initiative Kit pédagogique Endives

Les professionnels ont confirmé leur souhait de prolonger ce trophée avec une nouvelle édition prévue en 2025.

AXE STIMULER : Cahier d'inspiration

Le Club Innovation s'est réuni le 9 avril au cours d'un atelier FOOD PARADOXA mené par Diane LEROY et Stéphane BRUNERIE. Cette journée fut l'occasion de travailler sur les prémices d'un cahier de tendances de la filière des Fruits et Légumes frais. A l'issue de cet atelier, les membres du Club ont identifié 2 tendances autour de la consommation qui seront approfondies afin de permettre à la filière de



s'emparer des inspirations issues de ces 2 tendances :

l'eatertainment : quand manger devient un spectacle où l'expérience transcende le produit ;

la sensorialité : quand le plaisir est décuplé via la recherche d'expériences intenses et originales, quitte à frôler l'indigestion.

Le Club Innovation a souhaité s'appuyer d'écoles de Design, EDNA (Ecole de Design de Nantes) et ISCID (Institut Supérieur Couleur Image Design) pour décrypter ces 2 tendances et aboutir à des concepts. Le résultat de ces travaux et les livrables seront travaillés en 2025.

Toujours dans une dynamique d'inspiration, le Club Innovation a fait intervenir Christian GERMAIN, professeur à Bordeaux Sciences Agro, sur les définitions et cas d'usages de l'Intelligence Artificielle.



Comité RSE

Un travail collectif pour une filière toujours plus responsable

En 2024, le Comité RSE d’Interfel a poursuivi ses travaux de structuration de la démarche de responsabilité sociétale de filière, consolidé un diagnostic complet du bilan gaz à effet de serre de la filière, lancé une étude pertes et gaspillages et continué ses travaux de fond en lien avec les enjeux environnementaux (l’affichage environnemental, le label HVE, etc.).

Démarche de Responsabilité Sociétale de filière

Cette démarche collective et volontaire a pour objectif de donner une vision globale moyen/long terme de la trajectoire de progrès dans laquelle souhaite s’inscrire la filière sur les thématiques de durabilité clés pour la filière, en s’ancrant sur les bonnes pratiques déjà en place. Après la cartographie des parties prenantes et le début du travail sur l’identification des enjeux prioritaires en 2023, le Comité RSE a poursuivi ses travaux en 2024 avec l’appui d’un cabinet extérieur pour préciser la structure de la démarche en identifiant une vingtaine de thématiques clés pour la filière (ex : ressource en eau, décarbonation, attractivités de métiers, qualité sensorielle et sanitaire...) et en travaillant sur des engagements de filière transversaux, réalistes et valorisants.

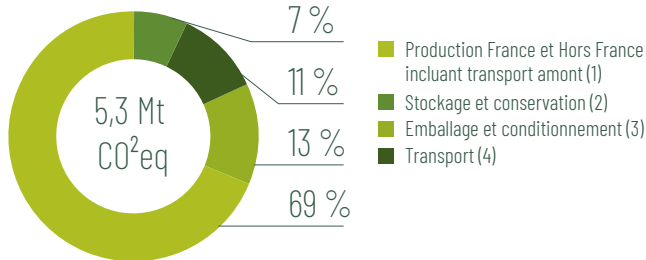
Ces travaux seront poursuivis en 2025 pour finaliser la démarche basée sur des engagements, des chiffres clés et les bonnes pratiques déjà en place tout au long de la filière.

Stratégie décarbonation : diagnostic et perspectives

En 2024, le Comité RSE a piloté tout au long de l’année le travail de diagnostic complet de l’empreinte gaz à effet de serre (GES) de la filière. Le diagnostic s’appuie notamment sur 2 études approfondies : un volet production jusqu’à la 1^{ère} mise en marché confié au CTIFL et un volet logistique aval confié au cabinet CPV et piloté par le GT Logistique et Emballage. Le CTIFL a été missionné pour la consolidation de ces 2 volets en agrégeant l’ensemble des autres contributeurs selon une méthodologie complète et robuste.

Les résultats, sur un périmètre allant de la production (France et import) jusqu’à l’étal ou au restaurant, ont permis de mettre en évidence une empreinte modeste de la filière fruits et légumes frais avec un total estimé à un ordre de grandeur de 5,3 Mt CO²eq et des atouts intéressants à faire valoir par ailleurs en termes de stockage carbone dans les vergers et dans les

Co-rapporteurs
du Comité RSE :
Amont : Bruno Gautier (Felcoop) -
Aval : Clément Ponchart (FCD)



Données moyennes 2018/2022 pour les fruits et légumes frais, hors banane, pommes de terre et perte :
(1) Production France et import incluant le transport jusqu’à la 1^{ère} mise en marché (entrepôts et stations de conditionnement), hors export/réexport.
(2) Stockage incluant la conservation post récolte, la mûrisserie et le stockage en entrepôts logistiques
(3) Pour l’ensemble des fruits et légumes de la filière
(4) Transport de la 1^{ère} mise en marché jusqu’à l’étal ou le restaurant

haies. Au sein de la ferme France, la part des émissions de GES du secteur agricole imputable à la production de fruits et légumes en sortie champ se situe à 3 %.
En 2025, les travaux se poursuivront pour finaliser l’identification des leviers de réductions principaux sur les différents contributeurs et consolider une feuille de route filière.

Étude pertes et gaspillage en fruits et légumes frais

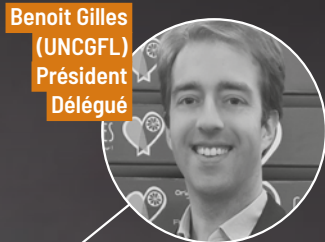
Le Comité RSE a également lancé en 2024 une vaste étude sur les pertes et gaspillages qui s’inscrit dans la continuité d’une étude réalisée en 2015 sur le même sujet. L’objectif de cette étude, co-financée avec FranceAgriMer et confiée au cabinet Ceresco, est d’évaluer le niveau des pertes alimentaires tout au long de la filière fruits et légumes frais, de suivre leur évolution en caractérisant chaque flux (y compris la valorisation via des dons et la redirection vers l’alimentation animale) et d’évaluer le niveau et les raisons du gaspillage au stade de la consommation à domicile. Un focus bio et un focus vrac sont également réalisés.

Le Comité RSE poursuit enfin ses travaux en lien avec l’anticipation et le décryptage des évolutions réglementaires sur les sujets RSE à travers des interactions avec les pouvoirs publics et Freshfel : poursuite des travaux sur l’affichage environnemental, remontée des difficultés en lien avec l’évolution du référentiel HVE, suivi des exigences de reporting pour les entreprises (directive CSRD), etc.



« JAMAIS TROP » RÉGIONAL

COMMISSION DES COMITÉS RÉGIONAUX



Benoît Gilles
(UNCGFL)
Président
Délégué



Jean-Louis Chapeyroux
(FELCOOP)
Président
Exécutif



Membres de la Commission des Comités Régionaux

Collège Amont

FNPF
Gilles BARAIZE (directeur)

Légumes de France
Jean-Claude GUEHENNEC
Sylvestre BERTUCELLI (directeur)

FELCOOP
Jean-Louis CHAPEYROUX
Caroline DUCOURNEAU (directrice)

GEFel
Alexandre BONNEAU (directeur)

Coordination Rurale
Christian SCHIEVENE
Philippe MAYDAT
Sébastien HERAUD
Céline BACCEI-ROUMIEUX (directrice)

Confédération Paysanne
Nicolas LE BOÉDEC (directeur)

Collège Aval

ANEEFEL
Bernard GERIN
Valérie AVRIL (directrice)

UNCGFL
Jérôme DESMETTRE
Yves MUSTEL
Frédéric STEFANI (directeur)

SAVEURS COMMERCE

Chafika SAIOUD
Eric FABRE
Jean-Marc BRODBECK
Sandrine CHOUX (directrice)

FCD

Jeff MAHINTACH
Willy OLSOMMER
Hugues BEYLER (directeur)

FCA

Luka LEFORT
Maxime GROUARD
Nathalie MORGAND
Vincent MARTIN (directeur)
RESTAU'CO

Philippe LAPOUGE
Marie-Cécile ROLLIN (directrice)

SNRC

Antoine MASSENET
Aleksandra NICOLLE (directrice)

CSIF

Véronique LE BAIL (directrice)

SNIFL

Denis GINARD
Emmanuel EICHNER
Jean-Luc ANGLES
David PATTE (directeur)

Édito Commission des Comités Régionaux d'Interfel

Une année de structuration et de nouvelles ambitions pour les Comités Régionaux

Les Comités Régionaux d'Interfel s'affirment de plus en plus comme des acteurs incontournables dans leurs territoires. Leur rôle est aujourd'hui pleinement reconnu par les administrations et collectivités locales, faisant d'eux les référents de la filière fruits et légumes frais sur le terrain. Cette visibilité accrue suscite l'intérêt de nouvelles régions encore dépourvues de Comité.

Sur le plan opérationnel, les Comités Régionaux prennent une place grandissante dans le programme national d'Interfel. En proposant et en portant des événements à l'échelle locale, en collaboration avec le réseau des diététiciens, ils bénéficient du soutien logistique et de la visibilité nationale, renforçant leur impact sur le terrain. Mais cette dynamique s'accompagne également d'attentes et de besoins accrus. Les réflexions menées sur les feuilles de route des Comités Régionaux d'Interfel témoignent d'une volonté d'aller plus loin, avec de nouvelles ambitions et des actions à venir, détaillées dans les pages suivantes. L'année 2024 marque une nouvelle étape pour la Commission des Comités Régionaux d'Interfel (COM CRI) avec l'élection d'un nouveau binôme présidentiel à sa tête, et l'évolution de sa composition. Désormais, les vice-présidents des Comités Régionaux sont également invités aux réunions, renforçant ainsi la représentativité et la dynamique d'échanges entre les territoires. Le 9 décembre 2024 a été une date clé avec la création

officielle du CRI Occitanie à Toulouse, portant à sept le nombre de Comités Régionaux. Cette montée en puissance s'accompagne d'un renforcement des équipes : sept délégués régionaux sont désormais en poste, appuyés par une coordinatrice des CRI. Par ailleurs, la Direction Territoires connaît des évolutions importantes avec un changement dans son management, et avec une organisation favorisant davantage de transversalité entre les délégués régionaux et le réseau des diététiciens. Enfin, la thématique de l'attractivité des métiers reste au cœur des préoccupations. Il est essentiel de poursuivre les efforts pour valoriser les métiers de la filière et attirer de nouveaux talents, un enjeu partagé par tous les Comités Régionaux et soutenu activement par la Commission. L'année 2024 confirme ainsi la montée en puissance des Comités Régionaux d'Interfel et leur rôle stratégique dans le développement territorial de la filière. Grâce à l'engagement des professionnels impliqués, les CRI continuent d'évoluer et de se structurer pour répondre aux défis à venir.

Présidents et vice-présidents des Comités Régionaux

Interfel Auvergne-Rhône-Alpes

Président
Régis AUBENAS, FNPF
Vice-présidents
Christian BERTHE, UNCGFL
Sylvain ANGÉ, UNCGFL

Interfel Hauts-de-France

Président
Hélène MELI, FCD
Vice-président
Daniel BOUQUILLON,
Légumes de France

Interfel Centre-Val de Loire

Président
Benoît GILLES, UNCGFL
Vice-président
Jérôme BROU, Légumes de France

Interfel Île-de-France

Président
Éric MOREAU, UNCGFL
Vice-président
Jean Claude GUEHENNEC,
Légumes de France

Interfel Nouvelle-Aquitaine

Présidents
Jean-Louis CHAPEYROUX, FELCOOP
Vice-président
Jean Hugues BELLAND, UNCGFL

Interfel Provence-Alpes-Côte d'Azur

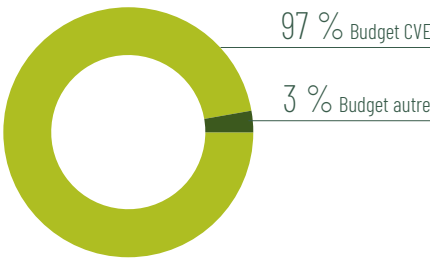
Président
Sabine ALARY, ANEEFEL
Vice-président
Tristan ARLAUD, Coordination
Rurale

Interfel Occitanie

Président
Éric FABRE, Saveurs Commerce
Vice-président
Pascal LEVADE, FNPF

BUDGET COMMISSION DES COMITÉS RÉGIONAUX 2024 RÉPARTITION PAR TYPE DE FINANCEMENT

Total réalisé	1 547 160 €
Budget CVE	1 501 004 €
Budget FAM	-
Subventions EU	-
Budget autre	46 156 €



Commission des Comités régionaux d'Interfel

Cinq ans après la création des premiers CRI, les Comités régionaux sont aujourd'hui un maillon essentiel d'Interfel. Ils favorisent la cohésion interprofessionnelle sur le terrain, facilitent l'expression des acteurs locaux et la remontée de leurs besoins, tout en assurant la représentation et le déploiement des actions interprofessionnelles à l'échelle régionale. Aujourd'hui, ils amorcent collectivement une nouvelle phase de développement.

La Commission des Comités régionaux joue un rôle clé dans cet essor, en consolidant ces ambitions. Ses réunions constituent des moments d'échange et d'enrichissement pour l'ensemble des CRI, tout en encourageant la réflexion commune et la co-construction des actions avec les organisations professionnelles nationales. En 2024, elle s'est réunie à deux reprises, offrant l'occasion de partager les feuilles de route, de présenter les plans d'action et de valider les programmes et budgets pour l'année en cours et la suivante.

Bien que statutaire, cette Commission se distingue des autres instances d'Interfel par sa composition. Elle rassemble les présidents et vice-présidents de tous les Comités régionaux ainsi qu'un représentant par organisation professionnelle nationale membre d'Interfel. De plus, le président délégué est obligatoirement administrateur d'Interfel, tandis que le président exécutif doit être à la tête d'un Comité régional.

En 2024, suite aux élections internes, Jean-Marc BRODBECK (Saveurs Commerce) a passé le relais à Benoît GILLES (UNCGFL) en tant que président délégué, tandis que Régis AUBENAS, président d'Interfel Auvergne-Rhône-Alpes, a cédé la présidence exécutive à Jean-Louis CHAPEYROUX, président d'Interfel Nouvelle-Aquitaine.

L'année 2024 a également marqué la création officielle du Comité régional d'Interfel Occitanie, lors de son assemblée générale constitutive du 9 décembre au MIN de Toulouse, où son siège est installé. Eric FABRE, représentant de Saveurs Commerce, en a été élu président.

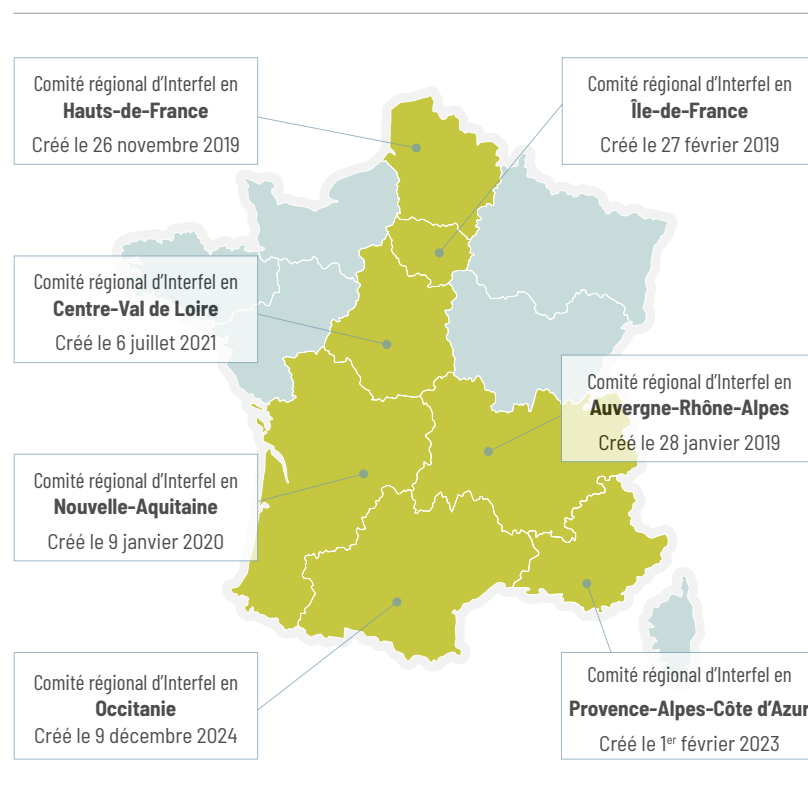
Les actions des Comités régionaux s'articulent autour de trois axes majeurs inscrits dans leur feuille de route :

- Représentation institutionnelle et défense des intérêts de la filière auprès des acteurs territoriaux (collectivités, parlementaires, administrations, acteurs économiques et associatifs) ;
- Promotion et valorisation de la structuration de la filière et de ses composantes ;
- Renforcement de la connaissance et de la cohésion professionnelle sur le territoire.

En parallèle, les Comités régionaux sont des relais stratégiques pour les initiatives de promotion et de communication d'Interfel. Ils s'impliquent notamment dans le Programme Lait et Fruits à l'École (PLFE) et le Concours des Talents des fruits et légumes. Depuis 2024, les événements nationaux organisés par Interfel intègrent ceux portés par les Comités régionaux, leur offrant ainsi un appui logistique national.

Les discussions ont également progressé en 2024 sur l'attractivité des métiers. Un groupe de travail, lancé fin 2023, réunit les délégués régionaux et les directeurs des organisations professionnelles nationales. Ce groupe a partagé les initiatives des Comités régionaux ainsi que celles des différentes branches professionnelles, notamment celles disposant d'une convention collective nationale et fortement impliquées sur ce sujet. Plusieurs actions ont été menées tout au long de l'année pour renforcer l'attractivité des métiers.

Pour 2025, plusieurs chantiers majeurs sont prévus, notamment l'accompagnement du lancement officiel et du déploiement du Comité régional Occitanie. Les Comités régionaux travailleront aussi à la mise en place d'une action commune visant à renforcer leur transversalité et leur visibilité, ainsi qu'à la définition et au déploiement d'un plan d'action interprofessionnel national sur l'attractivité des métiers. Enfin, un nouveau cadre plus ambitieux sera structuré pour ces Comités, afin de renforcer encore leur impact et leur efficacité.



Les Comités régionaux



Interfel Auvergne-Rhône-Alpes : une nouvelle impulsion pour la filière régionale

Créé en 2019, le Comité régional Interfel Auvergne-Rhône-Alpes s'affirme comme un acteur clé de la filière fruits et légumes frais sur la région. En l'espace de cinq ans, il a mené de nombreuses actions, en lien étroit avec les institutions régionales, visant à promouvoir les métiers, valoriser le savoir-faire des professionnels et renforcer la cohésion entre les acteurs de la filière régionale.

Une nouvelle feuille de route définie le 9 avril

Lors du séminaire de travail du 9 avril à Chasse-sur-Rhône, les administrateurs du comité ont défini une nouvelle feuille de route pour les trois années à venir. Quatre axes stratégiques guideront ses actions régionales :

- 1. Promouvoir les métiers et les compétences** : en trouvant des relais pour valoriser les professions de la filière, en allant à la rencontre du public et en valorisant l'interprofession.
- 2. Fédérer les acteurs de la filière** : en favorisant les échanges entre les professionnels, en améliorant la connaissance mutuelle des métiers, et en renforçant la représentativité et l'engagement des professionnels au sein du comité.
- 3. Valoriser les produits sur le territoire** : en assurant la visibilité des fruits et légumes lors d'événements régionaux, en sensibilisant les établissements scolaires et en accompagnant les collectivités dans la végétalisation de leur restauration.
- 4. Communiquer et informer** : en renforçant la visibilité du comité auprès des acteurs régionaux, en collaborant avec les partenaires institutionnels, et en restant à l'écoute des initiatives portées par les autres comités régionaux.

Les temps forts de l'année

L'assemblée générale du 30 avril 2024 a permis de **renouveler le Conseil d'administration** et d'accueillir de nouveaux membres issus des familles professionnelles.

Plusieurs actions concrètes ont renforcé les liens au sein de la filière et conforté l'ancrage du comité dans la région :

- **La Journée « Du champ à l'assiette »**, organisée dans le cadre du Projet Alimentaire Territorial du Rhône, s'est articulée autour de la visite d'une exploitation agricole et de plusieurs ateliers. L'objectif : faire découvrir les métiers de la filière, sensibiliser à une alimentation saine et initier à la cuisine des fruits et légumes frais. Cette journée a permis à une classe du collège de

Claveisolles de mieux comprendre la filière fruits et légumes et les différentes étapes de la chaîne, de la production à la consommation.

- **Les visites organisées** lors des Conseils d'Administration, comme celle de l'exploitation Ogier Fruits en fin d'année, constituent des temps forts de la cohésion entre les administrateurs. Elles favorisent une meilleure compréhension des métiers de la filière et des défis auxquels sont confrontés les professionnels.
- **Les remises des prix régionaux du concours « Les Talents des Fruits et Légumes »** ont mis à l'honneur les acteurs de la région engagés dans la distribution, valorisant l'excellence du secteur.
- **Les événements régionaux**, tels que le Tour Gourmand Lacs & Terroirs, Tour de France, Valence en Gastronomie, ont permis de promouvoir la filière des fruits et légumes frais auprès des élus locaux et du grand public.
- **Les rencontres institutionnelles** lors du Salon International de l'Agriculture ont renforcé le dialogue avec les institutions et permis de réaffirmer les enjeux spécifiques à la filière fruits et légumes régionale. Une dizaine de corbeilles de fruits ont également été offertes à des personnalités régionales à l'occasion des vœux de janvier.
- **Une vidéo présentant la filière fruits et légumes** en la région AURA, réalisée par France Travail, met en avant les savoir-faire et les opportunités offertes par le secteur.
- Tout au long de l'année, des **échanges avec les acteurs agricoles et de l'emploi** ont été organisés pour identifier des partenaires, nourrir les réflexions et accroître la visibilité des métiers.

Fort de cette dynamique, le comité régional Interfel AURA aborde 2025 avec détermination, prêt à déployer les quatre axes de sa nouvelle feuille de route et à traduire ses ambitions en actions concrètes au service de la filière sur l'ensemble du territoire.

Interfel Centre-Val de Loire : une visibilité renforcée

Créé en juillet 2021, le Comité régional d'Interfel Centre-Val de Loire (CVdL) a poursuivi en 2024 ses actions pour affirmer sa place de représentant de la filière fruits et légumes frais dans la région.

Renforcer la connaissance des métiers

Plusieurs visites d'entreprises ont été organisées pour les administrateurs, leur permettant de découvrir les activités des grossistes (Terre Azur), les enjeux de la production de légumes (entreprise Guénot) et le fonctionnement de la restauration collective (restaurant d'entreprise sous délégation Elior). Ces rencontres ont contribué à mieux comprendre la diversité et la richesse des métiers de la filière.



Des actions inter-filières consolidées

Pour la troisième année consécutive, Interfel CVdL a travaillé aux côtés de six autres interprofessions régionales (Interbev, CNIEL bovin lait, ANICAP, filières viandes blanches, SEMAE et filières viticoles de Touraine). Deux projets majeurs ont été menés collectivement :

- La reconduction du stand commun des 7 filières au salon Ferme Expo Tours (350 m²), salué par les élus et le grand public. Ce stand a mis en avant des thématiques clés telles que la souveraineté alimentaire, la transition agroécologique et l'attractivité des jeunes talents.
- Un travail avec la DRAAF et le Conseil Régional sur la valorisation des métiers du vivant, avec des projets structurants prévus pour 2025.



Soutenir la filière et encourager la consommation

La filière fruits et légumes frais a été représentée lors de grands événements régionaux : Printemps de Bourges, Terres du Son, Journées Nationales de l'Agriculture, Ferme Expo Tours et Open Agrifood. Une nouveauté marquante en 2024 : un partenariat avec la marque régionale « © du Centre », donnant lieu à des animations sur quatre événements estivaux grand public.

Interfel CVdL a également poursuivi ses actions en milieu scolaire. En partenariat avec le Conseil Départemental du Loir-et-Cher, il a participé pour la deuxième année aux « journées alimentation collèges », touchant 1 000 collégiens. Par ailleurs, l'action phare de 2024 a été menée dans 13 collèges à travers quatre départements : 5 000 élèves ont bénéficié d'animations permettant à la fois de déguster un fruit, de découvrir la diversité des fruits et légumes par des ateliers sensoriels, et de comprendre les maillons de la filière grâce à l'intervention d'un professionnel.

Une communication renforcée

La stratégie de relations presse ciblant les médias régionaux a porté ses fruits, avec 130 retombées médiatiques enregistrées depuis trois ans. L'événement majeur de fin d'année s'est tenu au forum Open Agrifood, marquant les trois ans du comité.

Des relations institutionnelles privilégiées

En début d'année, les traditionnelles remises de corbeilles auprès des partenaires institutionnels (CCI, CMA, Chambre régionale d'agriculture, DRAAF, Préfète de région, Conseil régional) ont permis de renforcer les liens et de préparer les projets communs pour 2024. Une attention particulière a été portée aux conseils départementaux, confirmant des partenariats fructueux pour les actions dans les collèges. Des rencontres importantes, notamment avec l'Association des Maires du Loiret et la Préfète de région, ont également rythmé l'année.

Enfin, un reportage photo professionnel mettant en valeur les administrateurs et leurs métiers a été réalisé.

Une nouvelle dynamique pour l'avenir

2024 a également été une année électorale : Benoît GILLES a été reconduit pour un second mandat à la présidence d'Interfel CVdL. Un séminaire stratégique a permis de définir la feuille de route pour les trois prochaines années, avec trois axes confirmés (filières, communication, influence) et un nouvel objectif affirmé : renforcer l'attractivité des métiers de la filière.

Interfel Hauts-de-France : une dynamique renforcée pour l'avenir

Pour sa cinquième année d'existence, Interfel Hauts-de-France a poursuivi le déploiement des actions issues de sa première feuille de route tout en définissant une nouvelle stratégie lors d'un séminaire fédérateur et constructif en juin 2024.

Une feuille de route ambitieuse et pragmatique

Le séminaire « Feuille de route » de juin a permis aux administrateurs d'évaluer les actions menées depuis la création du Comité et d'établir une vision stratégique pour les trois années à venir. Ces échanges riches et constructifs ont abouti à l'identification de trois axes prioritaires et d'actions concrètes à mettre en œuvre :

- **Fédérer et représenter les acteurs de la filière** : intensifier les actions de lobbying auprès des instances régionales, départementales et locales, renforcer les liens avec les chambres consulaires et accroître la visibilité de la filière à travers des initiatives de communication.
- **Accompagner les professionnels face aux enjeux climatiques, politiques et sociétaux** : répondre à des appels à projets, informer sur les opportunités de financement régionales et sensibiliser le grand public en partenariat avec le réseau des diététiciens.
- **Valoriser les compétences et développer les savoir-faire** : promouvoir l'étude Fel/Compet du CTIFL, mettre en avant les métiers du secteur via la campagne « Passionnés pour la vie », collaborer avec la DRAAF et les prescripteurs d'emploi, et sensibiliser les élèves et étudiants à la filière.



Ces orientations guideront les actions à venir pour structurer et renforcer la reconnaissance de la filière.

Terres en Fête : une participation inédite et impactante

Tous les deux ans, la Chambre régionale d'agriculture organise Terres en Fête, un événement majeur qui attire 85 000 visiteurs et se positionne comme le « Salon de l'Agriculture » des Hauts-de-France. Pour la première fois, le Comité y a pris part en créant un « Village des fruits et légumes frais », réunissant :

- une présentation de la filière par le Comité Interfel Hauts-de-France et ses administrateurs,
- des actions de sensibilisation à la consommation en partenariat avec le réseau des diététiciens,
- la participation d'acteurs économiques du secteur mettant en avant leurs produits et leur savoir-faire.

Cet événement a permis d'échanger avec plusieurs centaines de professionnels ainsi qu'avec des personnalités politiques influentes, dont **Agnès Pannier-Runacher**, Ministre déléguée à l'agriculture, **Xavier Bertrand**, président de la Région, **Marie-Sophie Lesne**, vice-présidente en charge de l'agriculture, et le président de la Chambre régionale

d'agriculture, accompagnés de nombreux représentants institutionnels. Par ailleurs, l'action des diététiciens a touché près de **10 000 visiteurs**. Enfin, une forte mobilisation des administrateurs a permis de renforcer la visibilité de la filière et de consolider les liens entre ses acteurs dans un cadre fédérateur.

Valoriser et promouvoir l'expertise de la filière

De nombreuses initiatives ont été mises en place pour mettre en avant les compétences des acteurs de la filière dans une démarche pédagogique :

- Présentation de la filière au sein d'établissements de formation.
- Organisation de visites de sites de production et de commercialisation pour les étudiants et les demandeurs d'emploi.
- Échanges avec la DRAAF afin de souligner le manque de formation spécifique aux fruits et légumes, en lien avec les recommandations de Fel/Compet (CTIFL).
- Discussions avec la Région pour valoriser des métiers clés, comme celui d'agréeur, à travers un catalogue de formation destiné aux élèves de 3^e.

Par ailleurs, le Comité a renforcé sa visibilité médiatique en collaborant avec une agence de relations presse, aboutissant à la publication d'une dizaine d'articles et à l'organisation d'une visite presse réunissant sept médias avant les fêtes de fin d'année. La présence sur LinkedIn a également été intensifiée, entraînant une hausse du nombre d'abonnés et des interactions.

Nous avons également contribué à la rédaction d'un dossier prospectif sur les enjeux de l'eau dans les Hauts-de-France, en collaboration avec la Chambre régionale d'agriculture. Ce travail a conduit celle-ci à répondre à un appel à projet de l'ADEME intitulé « Accompagnement des producteurs face aux enjeux climatiques », avec un focus particulier sur la filière des fruits et légumes frais.



Interfel Île-de-France : une nouvelle feuille de route pour le comité régional

Après 5 années d'existence, il était important de rédiger une nouvelle feuille de route permettant au Comité Île-de-France de définir ses actions pour les 3 prochaines années. Comme l'a exprimé le président du Comité Éric MOREAU, reconduit lors des élections pour 3 ans ainsi que tout le bureau : « *Nous sommes connus par les principaux interlocuteurs de la Région, nous disposons d'outils de communication (chiffres clés et film), nous avons défini des enjeux communs : il faut désormais capitaliser* ».

Trois nouveaux axes ont ainsi porté les actions développées en 2024 et chaque axe a pu compter sur l'implication de ses administrateurs

Consolidation du comité Île-de-France

Gagner en expertise en invitant les Organisations Professionnelles Nationales (OPN) aux Conseils d'administration du Comité pour présenter leurs missions, fonctionnement et attentes vis-à-vis du Comité, en organisant des visites comme l'exploitation maraîchère de l'EARL GUEHENNEC couplée à une production hors sol (CHAMPERCHE)



Contribuer à une meilleure attractivité des métiers de la filière en installant l'exposition métiers de la filière francilienne à la Cité des métiers pendant 6 mois (Porte de la Villette).



Relations institutionnelles

Être l'interlocuteur incontournable sur le territoire et interagir avec les autres principaux acteurs du territoire. Ce fut le cas lors de rendez-vous importants avec la Région Île-de-France et plus particulièrement Marion ZALAY

désormais conseillère spéciale auprès de la ministre plus particulièrement chargée de la simplification, des filières végétales et de la viticulture. Mais aussi lors d'une audition à la Chambre d'agriculture Île-de-France où tous les administrateurs du Comité représentant l'aval de la filière étaient présents. Le Comité a aussi été sollicité par la DRIAAF pour répondre à une enquête sur l'application des EGALIM en restauration collective

Développer des actions concrètes de coopération avec les acteurs publics / privés par exemple en intervenant devant les 11 responsables d'animations des Projets Alimentaires Territoriaux (PAT) pour présenter la filière francilienne des Fruits et légumes frais. Un moment phare de cette année a aussi été l'intervention au CRALIM d'Île-de-France organisé par la DRIAAF du président du Comité avec son homologue pour la filière des viandes et du bétail pour repreciser le rôle des filières et l'importance de ne pas les déstructurer avec des projets qui les fragmentent plutôt que de les renforcer.



Communication BtoB et BtoC

Développer notre visibilité en poursuivant le déploiement du film finalisé fin 2023 ([consultable sur youtube.com](https://www.youtube.com/watch?v=...)) et en mettant à jour la plaquette des chiffres clés du Comité, qui sont pour rappel caractérisés par une faible production de fruits et légumes (un peu plus de 120 000 tonnes) et une forte consommation (un peu moins de 1,5 millions de tonnes).

Soutenir les animations de F&L en relayant les actions réalisées par le réseau des diététiciens d'Interfel franciliens soit 182 interventions qui ont touchées plus de 32 262 personnes.

Développer notre rôle d'ambassadeurs professionnels en s'appuyant sur l'expérience des professionnels du Comité et leur capacité à porter certains sujets comme par exemple le rôle important de la logistique, la remise des trophées aux lauréats régionaux, l'accompagnement technique au programme européen des fruits à l'école ou encore l'impact des EGALIM...



Interfel Nouvelle-Aquitaine : renouveau et nouvelles dynamiques au programme en 2024 !

Une nouvelle feuille de route pour 3 ans, un conseil d'administration et un bureau renouvelés, une nouvelle organisation, de nouvelles actions... l'année 2024 a été riche en Nouvelle-Aquitaine !

Nouvelle feuille de route, nouvelle gouvernance, nouvelle organisation

Validée en février 2024, la feuille de route 2024-2026 d'Interfel Nouvelle-Aquitaine s'inscrit certes dans la continuité de la précédente mais voit certains axes renforcés.

Il s'agira en particulier d'accroître l'influence du Comité régional et d'intensifier la représentation de la filière sur l'ensemble du vaste territoire néo-aquitain et sur les différents échelons territoriaux (Région, Départements, EPCI).

L'Assemblée générale du 23 mai 2024 a entériné la composition d'un nouveau Conseil d'administration pour 3 années de mandat. 6 nouveaux administrateurs ont ainsi été accueillis en son sein.

Depuis le 19 juin 2024, le Comité régional est piloté par un Bureau renouvelé et composé de :

- Président : Jean-Louis CHAPEYROUX (FELCOOP)
- Vice-Président : Jean-Hugues BELLAND (UNCGFL)
- Trésorier : Stéphane TROUILHET (FNPF)
- Secrétaire : Laure BONVILA (ANEEFEL)

Afin d'optimiser la mise en œuvre des actions, d'en développer leur impact et leur pertinence, ceci en cohérence avec la nouvelle feuille de route, le Conseil d'administration a lancé dès septembre 3 nouveaux GT (Messages clés et positions, Cohésion Filière, Attractivité des Métiers), identifié et formé des portes-paroles institutionnels et médias et a également lancé une réflexion sur les moyens humains et financiers nécessaires au déploiement des actions pour les années à venir.

De nouvelles actions sur le terrain en 2024

• **Gagner en visibilité dans les médias** : pour la 1ère année, Interfel Nouvelle-Aquitaine s'est adjoint les services d'une agence de Relations Presse ! Un accompagnement sur

2 temps fort de l'année : l'Assemblée générale en mai et la mise en lumière de la plénière « Filière des Fruits et Légumes Frais en Nouvelle-Aquitaine : Et si on parlait métiers ? » puis la mise en relief des chiffres clés de la consommation des ménages néo-aquitains en septembre. Ces 2 actions ont généré plus de 35 retombées pour un équivalent achat espace de 204 000 €.

• **Impliquer les partenaires institutionnels pour agir sur la simplification du dispositif européen « Lait et Fruits à l'École »** : deux rendez vous institutionnels décisifs en février et mars se sont traduits par une action concrète en juillet. Sur proposition d'Interfel Nouvelle-Aquitaine, Étienne GUYOT (préfet de Nouvelle-Aquitaine) et Alain ROUSSET (président de Région) ont co-signé un courrier au ministre de l'Agriculture portant des propositions concrètes de simplification de ce dispositif. Une mobilisation à l'échelle régionale qui portera ses fruits à l'échelle nationale !

• **Intensifier les échanges au sein de la filière** : pour la 1^{ère} fois, les administrateurs d'Interfel Nouvelle-Aquitaine, coutumiers des visites d'entreprises de la filière, ont pu profiter de la visite d'une emblématique entreprise de production de légumes plein-champs girondine et d'entreprises présentes sur le MIN de Brienne pour échanger avec les membres de la Commission Economie d'Interfel qui avait délocalisé une réunion à Bordeaux ! Une action qui aura renforcé les liens et les échanges entre les échelons nationaux et régionaux d'Interfel !

• **Renforcer la visibilité des actions et de la stratégie d'Interfel en Nouvelle-Aquitaine** : en 2024, Interfel Nouvelle-Aquitaine a obtenu, pour le compte du réseau des diététiciens d'Interfel, le financement d'animations sur des marchés de la métropole bordelaise. Une action qui permet d'illustrer la complémentarité des missions et des actions menées par les 2 réseaux d'Interfel sur les territoires !



Les Comités régionaux

Interfel Occitanie : une année de lancement

C'est à la toute fin de l'année 2024 qu'a officiellement été créé le 7^{ème} Comité régional d'Interfel, en Occitanie, grâce à l'engagement et la persévérance des professionnels du territoire, en particulier Saveurs Commerce.

Les représentants désignés par les organisations professionnelles membres de l'interprofession se sont réunis le 9 décembre 2024 au M.I.N de Toulouse (siège du Comité régional) pour tenir l'Assemblée Générale constitutive, suivi d'un Conseil d'administration pour élire les membres du Bureau. Alexis DEGOUY, directeur général d'Interfel, avait fait le déplacement pour cette occasion.

En amont, la déléguée régionale, Florence AUGÈRE, avait pris son poste le 9 septembre 2024. Dès son arrivée, afin de relancer la dynamique engagée fin 2023, elle s'est attachée à rencontrer les principaux acteurs régionaux de la filière investis dans la volonté de créer un comité d'Interfel en Occitanie. Elle a par ailleurs repris contact avec les organisations professionnelles en vue de désigner leurs représentants locaux, permettant ainsi la tenue de l'AG constitutive avant la fin de l'année 2024.

Le Conseil d'administration est aujourd'hui composé de 23 professionnels, représentant 10 des 15 organisations professionnelles de la filière : 4 familles de l'amont (FNPF, Coordination Rurale, Gefel, Felcoop) et 6 familles de l'aval (Aneefel, UNCGFL, Saveurs Commerce, FCD, Restau'Co, SNIFL) ; en attendant que les autres familles membres d'Interfel finalisent leurs désignations et rejoignent l'aventure régionale.

Le Bureau a été élu à l'unanimité :

- **Président** : Eric FABRE – Saveurs Commerce
- **Vice-Président** : Pascal LEVADE – FNPF
- **Trésorier** : Cyprien GALLIÈRE-MEYNADIER – UNCGFL
- **Secrétaire Général** : Denis GINARD – SNIFL

Outre l'installation de la gouvernance, trois sujets principaux ont occupé le Comité régional d'Interfel Occitanie en fin d'année 2024 et sur le 1^{er} trimestre 2025 :

- La mise en place administrative et financière de la structure.
- L'organisation de l'événement de lancement du comité, prévu le 23 avril 2025, à Perpignan, à l'occasion du MedFEL, salon professionnel international des fruits et légumes.
- Le démarrage de l'élaboration de la feuille de route du



comité occitan, avec le choix d'une méthode permettant de prendre le temps de la co-construction et l'expression de tous :

- des entretiens individuels et questionnaires en ligne permettant de dégager les grandes orientations et les premiers axes de travail ;
- puis un séminaire pour finaliser collectivement la feuille de route et produire un plan d'actions opérationnel pour 2026.

Pour que cet acte fondateur dans la vie de la structure soit une réussite, le Comité régional Occitanie se fait accompagner par le cabinet ConvictionsRH.



Les Comités régionaux

Interfel Provence-Alpes-Côte d'Azur : une année d'existence et déjà très présent et identifié sur le territoire

Le 30 janvier 2024, 10 mois après sa création et malgré un contexte agricole tendu, le lancement officiel à Marseille du Comité régional Provence Alpes Côte d'Azur a réuni 90 participants, les professionnels, les services de l'État et les collectivités.

L'engouement de cette mise en lumière de l'interprofession est le premier signe de sa reconnaissance sur le territoire et aura permis de réaffirmer l'importance socio-économique de la filière fruits et légumes en région PACA et les ambitions du tout nouveau Comité régional d'Interfel.

Valoriser et mettre en avant les fruits et légumes frais en s'appuyant sur la construction de partenariats et la collaboration des acteurs

De nombreuses manifestations visant le grand public et les liens institutionnels ont été engagées en 2024, qu'il s'agisse du « Live des côtes du Rhône », du Festival d'Avignon ou encore du week end gastronomique de l'automne, tous ont permis au Comité régional de tisser des partenariats (InterRhône). Mais également de fédérer autour de projets les professionnels de la filière et les institutionnels (melon de Cavaillon, IGP cerise du Ventoux, AOP muscat du Ventoux, grossistes, chambre d'agriculture commune). Résultat de cette 1^{ère} année d'existence, plus de 3 000 personnes sensibilisées, confirmant le rôle du comité comme acteur engagé et valorisant la filière.

Être à la rencontre des professionnels, un leitmotiv qui jalonne les actions engagées

Au cœur d'un maillage des 5 marchés d'intérêt national (Marseille, Nice, Cavaillon, Châteaurenard, Avignon...) et conformément à la volonté des professionnels du Comité régional, en 2024, les rencontres avec les professionnels de la filière se sont multipliées au fil des mois avec les grossistes, primeurs, chefs de rayon, expéditeurs, producteurs, coopératives de fruits et légumes. Temps



fort à retenir, la 1^{ère} participation du Comité régional au salon professionnel de l'agriculture méditerranéenne MED'AGRI (15 000 participants) où les rencontres professionnelles et intentionnelles auront offert de la lisibilité à l'interprofession régionale.

Savoir favoriser les interactions et être passerelle d'échanges

Après avoir accueilli le conseil scientifique d'Aprifel en 2023, l'opportunité en 2024 d'accueillir le conseil consommateur d'Aprifel a pu être concrétisé. Cela a permis la mise en place d'un dialogue sans langue de bois entre associations de consommateurs et professionnels. En parallèle, dans la logique des interactions, en 2024, les comités régionaux AURA et PACA ont uni leurs efforts pour bâtir l'ébauche de partenariat avec SEMAE (interprofession de la semence) et initier des échanges techniques avec l'antenne CTIFL de Brindas.

Tester pour proposer et ouvrir de nouvelles pistes

Ouvert aux expérimentations, le comité Interfel PACA, en lien avec Provence Dauphine (grossistes), l'université d'Aix Marseille et le service restauration a lancé une première action de sensibilisation auprès d'étudiants.

Le plein succès de cette action a permis de mettre en lumière et de tester une intervention à destination d'un nouveau public cible positionné entre précarité et futurs consommateurs. Fort de ces résultats, l'engagement et la poursuite de ce type d'action sont une évidence pour les professionnels du Comité régional !



Le réseau des diététiciens

Un réseau « Jamais Trop » mobilisé dans toute la France

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 sur le territoire français.

LES CHIFFRES

317 250
personnes sensibilisées
directement

2 400
actions menées
partout en France

728
menus « Jamais Trop
économes » élaborés

Le réseau des diététiciens d'Interfel, composé de 18 collaborateurs (dont 6 responsables de secteur) est secondé d'une soixantaine de diététiciens prestataires pour déployer des actions sur l'ensemble du territoire métropolitain.

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.

A 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.

Au plus près des millénials !

A travers la campagne de communication « Jamais Trop » et ses déclinaisons en temps forts, les diététiciens ont sensibilisé 177 200 millénials sur l'année.

Pour chacun de ces temps forts 2024, ils avaient imaginé des défis et recettes spécialement conçus pour ce public peu consommateur de fruits et légumes frais.

Pour toucher cette génération, ils sont allés les rencontrer dans une grande variété de lieux fréquentés par les 25-34 ans : festivals, espaces de coworking, clubs sportifs, marchés, campings, stations de ski...

Le réseau surfe sur des planches « Jamais Trop mixtes » !

Avec l'arrivée des beaux jours, le printemps était placé sous le signe de la convivialité pour des consommateurs invités par le réseau à laisser une large place aux fruits et légumes

frais sur leurs planches apéro pour qu'elles deviennent vraiment mixtes.

Les diététiciens ont proposé aux convives de RHD d'entreprises et aux clients de primeurs une nouvelle animation « jeu de plateau apéro » avec de nombreux défis, quiz et top chrono à relever dans la bonne humeur.

Pour être toujours au plus proche des millénials, le réseau a également investi salles de sport et lieux de coworking en proposant dégustations et composition de recettes apéro. Une approche ludique et gourmande consistant à constituer sa propre planche en intégrant les fruits et légumes frais selon sa créativité.

- **215 animations** sur l'ensemble du temps fort
- Près de **32 000 adultes** de 25 à 49 ans rencontrés

Une explosion de couleurs sur le mois de juin !

Tout au long du mois de juin, les actions du réseau se sont teintées de multiples couleurs avec le retour du temps fort « Jamais Trop fiers » et ses ateliers culinaires autour de l'emblématique Rainbowl, et des brochettes arc en ciel !

Cette opération a connu de nouveau un véritable engouement sur les festivals, dans les restaurants d'entreprise, chez les primeurs avec :

- **220 animations** réalisées
- **37 500 millénials** sensibilisés

« Estival » rime avec « convivial » pour le Réseau Diets !

En juillet et août, les diététiciens ont retrouvé les millénials sur leurs lieux de vacances.

En mode détente, ce public s'est montré réceptif aux activités spécialement concoctées par le réseau pour la saison estivale : jeux concours, ateliers culinaires, dégustations. Les diététiciens leur ont fait découvrir des recettes de saison nomades, simples à réaliser et adaptées à l'apéro (smoothies, tartines, eaux aromatisées).

Cette saison fut propice à de nombreux échanges avec les vacanciers sur les festivals (Les Nuits Secrètes (59), Festival Drôle de Rue (17) ...), guinguettes, fêtes d'été (Fête de l'Artichaut (29), Foire à l'Ail (63), Mon été à Clermont (73) ...), bases de loisirs, primeurs, marchés nocturnes, campings, aires d'autoroute.

Un succès estival avec :

- **261 journées d'animations**
- **50 000 personnes** sensibilisées aux fruits et légumes frais

« Jamais Trop » de rencontres avec les diététiciens !

D'avril à novembre, les diététiciens ont accompagné le « Roadshow des fruits et légumes frais » organisé par Interfel. Le public cible était au rendez-vous autour du foodtruck ou de la cuisine mobile sur les nombreux festivals de musique : Les Nuits de l'Erdre (44), Garorock (47), Les Déferlantes (66), Les Plages électroniques (06) ... et sur les événements phares qui ont ponctué l'année 2024 : Terres de Jim (25), Le Tour Gourmand Lacs & Terroirs (AuRA), Lille Street Food Festival (59) et bien d'autres !

Les 25-34 ans, ont ainsi pu profiter d'astuces et de conseils avisés délivrés par les diététiciens pour consommer davantage de fruits et légumes frais en se faisant plaisir.

Les petits chefs découvrent la cuisine fantastique de Frutti et Veggi

A travers la campagne Fraich Force à destination des enfants et de leurs parents, le réseau des diététiciens a réalisé **535 interventions** et sensibilisé près de **49 000 enfants**. Cette année, le réseau a conçu de nouveaux ateliers proposés sous forme d'un parcours allant « de l'étal à l'assiette ». Ces

4 ateliers sont venus enrichir le panel des interventions proposées aux enfants par les diététiciens.

Les rencontres ont eu lieu :

- Sur **3 événements phares** : Kidexpo (93), La Pomme en Fête (17) et la Régala de du MIN (13).

Après avoir testé leurs connaissances sur les fruits et légumes frais avec le Fraich'Quiz, les enfants ont pu réaliser des « Défis Fraich' » (rébus, dessins et autres défis associés à l'univers des fruits et légumes).

Sur l'atelier « Tout'Fraich », les diététiciens ont ensuite invité les petits chefs à remettre de l'ordre dans les étapes d'une recette et à retrouver les ustensiles pour la réaliser. Pour clore en beauté, ils les ont ensuite accompagnés sur l'atelier « Top'Fraich » dans la réalisation de cette recette destinée à éveiller leurs papilles !

- Le réseau a également fait vivre la Fraich Force en région à travers diverses animations : ateliers culinaires et 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.

Fort de son expérience terrain, le réseau est également intervenu en amont de la campagne pour transmettre de précieux conseils lors de la formation dédiée aux animateurs intervenant en RHD scolaire sur toute la période de la Fraich Force.

Actions conjointes avec Aprifel

Les diététiciens boostent le petit déjeuner des écoliers

En 2024, l'opération « **Booste ton petit déjeuner** » a été déployée en tant que mesure éducative du programme ELFE (**Enseigner les Légumes et Fruits auprès des Elèves**). Proposée par Aprifel, cette action a fait partie des accompagnements pédagogiques entrant dans le cadre du programme européen « Fruits et Légumes à l'Ecole ». L'enjeu de cet atelier pédagogique déployé auprès des élèves d'écoles élémentaires est de faire évoluer les pratiques des enfants lors du petit déjeuner en partant de leurs habitudes alimentaires.





Bilan vitaminé des actions réalisées dans le cadre de ce programme par les diététiciens du réseau :

- **360 journées d'interventions** en France métropolitaine
- **35 000 enfants du CP au CM2** sensibilisés à un petit déjeuner équilibré

Côté Santé

Dans le cadre du partenariat entre Aprifel et l'APSSII (Association des Patients Souffrant du Syndrome de l'Intestin Irritable), deux vagues d'ateliers ont été réalisées par le réseau.

Les diététiciens se sont mobilisés en avril puis en novembre aux côtés des bénévoles de l'association pour déployer un atelier culinaire co-construit avec Aprifel.

L'objectif : contribuer à mieux faire connaître cette maladie et aider plus de malades à gérer leur quotidien, notamment par une meilleure nutrition.

Du 1^{er} au 8 juin, à l'occasion de la **Semaine Nationale de Prévention du Diabète**, les diététiciens ont réalisé des ateliers autour de l'équilibre alimentaire dans le cadre du partenariat entre **Aprifel** et la **FFD** (Fédération Française du Diabète).

L'objectif était de faire le point sur le rôle et l'importance de l'alimentation et plus spécifiquement des fruits et légumes.

Tout au long de l'année, dans les **PMI** (centres de Protection Maternelle et Infantile) et autres **lieux de parentalité**, les diététiciens ont proposé des ateliers destinés aux parents de jeunes enfants.

L'objectif : inciter à consommer davantage de fruits et légumes selon la théorie des petits pas et initier un changement de comportement pour instaurer de nouvelles habitudes alimentaires.

Ces actions Santé en quelques chiffres :

- **58 interventions**
- **1650 adultes** sensibilisée à une alimentation équilibrée

Une collaboration constante avec les Comités régionaux d'Interfel

En lien avec les délégués régionaux, les diététiciens interviennent sur des actions spécifiques émanant des feuilles de route de chaque Comité. Quelques actions phares de l'année 2024 :

- **Interfel Centre-Val de Loire** – action menée au sein de **13 collèges** de la région en partenariat avec les conseils départementaux :

Aux côtés de professionnels du Comité expliquant les maillons et les métiers de la filière des F&L aux collégiens, les diététiciennes du secteur ont animé des ateliers sensoriels pour leur faire découvrir la diversité des F&L. 5 000 élèves ont été sensibilisés.

- **Interfel Hauts-de-France** – événement **Terres en Fête**, le salon de l'agriculture des Hauts-de-France, du 7 au 9 juin : Les diététiciens étaient présents auprès des administrateurs du Comité pour **co-animer le village des fruits et légumes frais** sous une bannière commune « Les fruits et légumes frais, c'est « Jamais Trop » ».

- **Interfel Île-de-France** – **Fête du Patrimoine Gourmand** en Île-de-France : Lors de ces journées, les visiteurs ont découvert les produits régionaux, mais également les interprofessions, dont Interfel, avec le Comité Interfel Île-de-France. A cette occasion, une **animation proposée par une diététicienne** a permis de sensibiliser le public présent à la consommation des fruits et légumes frais et leur importance dans l'équilibre alimentaire.

Le réseau des diététiciens, c'est aussi

- **Les menus « Jamais Trop Économiques »** : idées de recettes équilibrées élaborées pour chaque jour de la semaine par les diététiciens, publiées sur le site **lesfruitsetlegumesfrais.com** et les réseaux sociaux d'Interfel.

- **Une expertise sur le Salon de l'Agriculture** : quiz, accompagnement des chefs et des producteurs de la filière sur le Pôle culinaire, participation à des enregistrements (interviews sur l'espace RTL).

- **Des animations sur mesure** pour les lauréats du concours des Talents des fruits et légumes 2023.

4 lauréats ont bénéficié d'une animation adaptée à leur point de vente, délivrée par un diététicien d'Interfel. Sur l'ensemble des magasins, plus de 350 visiteurs ont participé aux ateliers proposés.

- Une **présence au Congrès des Maires de France** pour présenter aux élus les actions développées par le réseau des diététiciens sur leurs territoires.

- Une **mobilisation sur les événements phares** des campagnes de communication : événement « Jamais Trop Économe » dédié aux influenceurs, organisé sous forme d'une animation « Faites votre marché » avec un MOF et une diététicienne du réseau ; atelier proposant de tester ses connaissances sur les fruits et légumes, à l'occasion de la performance de la plus grande arche de fruits et légumes, organisée dans le cadre de la campagne « Jamais Trop Fier ».



Fruits, légumes et sport : adoptons l'esprit olympique !

Le réseau des diététiciens mouille le maillot à l'occasion des JO !

Tout au long de l'année 2024, les diététiciens ont vibré au rythme des Jeux olympiques et paralympiques de Paris 2024.

En partenariat avec les services des sports des collectivités, les Comités olympiques et sportifs régionaux (CROS) ou les Comités départementaux (CDOS), ils étaient présents sur le parcours de la Flamme olympique, au sein de villages d'animations et au cœur de fan zones.

À un public familial rassemblé pour célébrer et partager les valeurs du sport et de l'olympisme, ils ont proposé animations et dégustations autour des fruits et légumes frais, dans l'esprit fédérateur insufflé par les jeux.



23/03, Rennes (35)
Village du Comité olympique sur la Foire de Rennes



06/07, Val de Reuil (27)
Passage de la Flamme Olympique



29/08, Giverny (27)

Cap sur les Jeux Paralympiques : événement organisé par le CDOS de l'Eure qui a réuni un collectif de 15 sportifs en situation de handicap pour un voyage à vélo en 5 étapes de Louviers à Paris. Dans chaque ville étape, une grande Caravane des sports.



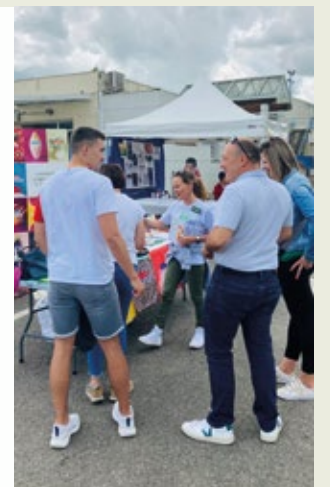
DES CHIFFRES OLYMPIQUES

31 jours
d'interventions

18 départements
mobilisés

25 villes
animées

4 700
personnes sensibilisées



18/05, Auch (32)
Passage de la Flamme Olympique



10, 12, 16 et 18/04, Carcassonne (11)

Village d'animation organisé par le Service des Sports de la ville



17/07, Saint Quentin (02)
Passage de la Flamme Olympique

« JAMAIS TROP » OPÉRATIONNEL

AU SERVICE DE LA FILIÈRE



Direction des Ressources Humaines

Une politique RH légèrement réajustée en 2024

Fin de la mue RH de la structure, place au nouveau « Bloc Social » et son impact sur l'organisation interne. En ce sens, l'année 2024 a été la première année de réelle mise en place, d'application concrète des nouveaux dispositifs et d'une politique RH légèrement réajustée.

D'un point de vue « administratif » d'abord, un nouveau logiciel de paie et un logiciel de suivi du temps de travail (NIBELIS) ont vu le jour. Si les grands principes sont restés les mêmes, ces outils ont subi un véritable « galop d'essai » durant la période des Jeux Olympiques pendant laquelle la Direction et le CSE ont trouvé un modus operandi adapté permettant – outre de ne pas ralentir la bonne marche de la structure – de veiller à tenir compte des contraintes temporaires imposées à la capitale.

Autre mue, celle du « Pro & Sympa » en une politique RH « plus 360 ° » autour de valeurs communes (écoute, partage, transversalité, bienveillance) rassemblées sous un seul néologisme : INTERFEELGOOD. Après un séminaire au printemps, puis un audit interne, une nouvelle bannière RH a ainsi pu naître en 2024 avec son infographie propre qui a permis de lancer une véritable réflexion sur les meilleures façons de fonctionner en interne (et de collaborer) pour faire avancer les projets de la filière. Un guide pratique qui aboutira l'an prochain à cette démarche prometteuse.

D'un point de vue plus organisationnel, ce qui avait été décidé par nos professionnels s'est mis en place dès le printemps avec deux changements majeurs : la création d'un nouveau Service « Transitions Environnementale et Sociétale » au sein de la Direction Stratégie et la finalisation côté Direction des Territoires de l'organisation du réseau Diététiciens (regroupement des régions par paires : bi-zone) et la création d'un nouveau Comité Régional en Occitanie. Ces « nouveautés » viennent s'ajouter à la gestion du turn-over « naturel » de la structure avec un total de 22 recrutements (dont 2 alternants) en 2024.

Ces renforts « humains » de la structure ont entraîné à la marge une première évolution de la trame d'entretien annuel, la refonte de notre newsletter RH et le lancement d'une réflexion sur un nouvel Intranet plus global (qui pourrait prendre la relève de l'actuel Portail FL). De même, avec la mise en place de l'Intéressement en 2024, un groupe de travail paritaire et un système de référents se sont constitués sous l'égide du Crédit Mutuel (notre partenaire) pour suivre de nombreux indicateurs destinés à enclencher une logique de performance collective tournée exclusivement vers la filière.

Cette bonne dynamique 2024 n'aurait pas été possible sans un bon dialogue social avec le nouveau Comité Economique et Social qui non seulement a pris rapidement ses marques mais a bien suivi toutes les avancées que la Direction a voulu mettre en place. Que ce soit sur le rythme des réunions, leur organisation (avec un système d'ordre du jour préparatoire) ou la répartition des tâches en leur sein ; nul doute que la DRH n'aurait pas pu dérouler l'exercice aussi sereinement sur autant de sujets, parfois complexes même (comme l'intéressement). Il en est de même avec nos administrateurs qui ont eu l'occasion, lors d'un Bureau exclusivement dédié aux sujets RH (03/12/2024), de prendre connaissance de l'intégralité des dispositifs en place et des indicateurs principaux relatifs à la Masse Salariale Brute ce qui nous a permis de conforter pour l'avenir les grandes lignes de développement et la stratégie RH à suivre sur le long terme.

De quoi être optimiste pour 2025, de rester plus que jamais INTERFEELGOOD aussi.

Communication interne

Une communication interne 2024 au plus près des attentes

En 2024, la communication interne d'Interfel témoigne de l'engagement collectif à tous les niveaux – national, régional et international – dans un environnement en constante évolution. Dynamique et enrichie par la participation active des professionnels et des collaborateurs, elle joue un rôle clé dans la diffusion et l'appropriation de la culture interprofessionnelle.

À travers des outils de coordination et d'information adaptés, elle s'adresse aussi bien aux collaborateurs qu'aux professionnels, renforçant ainsi le sentiment d'appartenance au bénéfice du collectif. Le rapport d'activité, les newsletters hebdomadaires, les formations d'accompagnement des élus en sont des exemples concrets.

Véritable levier stratégique, la communication interne facilite le transfert de l'information destinée aux acteurs de la filière. Elle leur offre une vision globale des actions collectives menées au service de l'ensemble du secteur des fruits et légumes frais.

« Jamais Trop » accompagnés !

Depuis 2018, les formations des élus permettent aux professionnels de comprendre leur rôle au sein des différentes instances d'Interfel à travers différents ateliers. En 2024, une toute nouvelle version a été proposée, enrichie par le retour des participants. Ce sont donc une quinzaine

de nouveaux élus qui ont pu être formés en décembre, à la suite de leur élection lors du renouvellement de mandature d'Interfel en septembre 2024.

« Jamais Trop » informés !

La communication interne a continué d'accomplir son rôle d'information auprès des professionnels, notamment à travers la nouvelle version du livret de l'élu et de son application mobile « TOUS FL ». Mais aussi grâce à la newsletter « Interfel Fraich'Infos » qui plusieurs fois par mois permet d'informer nos 500 professionnels élus sur les actualités de la filière des fruits et légumes frais.

À l'instar du livret destiné aux élus, un livret d'accueil a été conçu pour les collaborateurs. Son objectif est de faciliter leur intégration au sein d'Interfel, de leur offrir une meilleure compréhension des missions et des enjeux de la filière, ainsi qu'une meilleure connaissance des organisations professionnelles membres d'Interfel.

LES CHIFFRES DES NEWS-LETTERS FRAICH'INFOS

37.6%
de taux d'ouverture des
Fraich'Infos

46%
de taux d'ouverture des
newsletters quotidiennes
lors du SIA

62
newsletters envoyées
aux professionnels et aux
collaborateurs



Direction Administrative et Financière

Une gestion administrative et financière efficace

Chargée d'assurer une gestion administrative et financière efficace au sein de l'interprofession, la Direction Administrative et Financière (DAF) d'Interfel veille à la mise en œuvre de la stratégie définie par la Direction Générale et le Conseil d'Administration.

Ses missions s'articulent autour de quatre pôles dédiés respectivement à la cotisation, à la comptabilité, au contrôle de gestion et aux services généraux. Bien que chacun de ces pôles ait des objectifs spécifiques, leur action est complémentaire et au service de l'ensemble des directions d'Interfel et d'Aprifel.

Après le déploiement en 2023 d'une nouvelle version du logiciel de gestion des cotisations, l'année 2024 a marqué une avancée dans la dématérialisation des processus. Avec l'appui du pôle cotisation, un nombre croissant de cotisants privilégient désormais la déclaration et le paiement dématérialisés : nous comptabilisons 68 % de télédéclarations contre 59 % l'année précédente, et 93 % de la CVE totale est réglée par virement.

En 2025, nous déploierons une nouvelle solution de téléversement par prélèvement ponctuel. L'objectif : offrir à nos cotisants une expérience simplifiée en regroupant

déclaration et paiement sur un seul site, sans passer par leur application bancaire. Ce nouveau mode de paiement viendra enrichir les solutions déjà en place – chèque, virement et carte bancaire – pour encore plus de flexibilité et de praticité.

Les pôles comptabilité et contrôle de gestion ont quant à eux consacré une partie de l'année 2024 au développement et à la mise en place d'une nouvelle solution permettant à tous les collaborateurs d'optimiser le suivi des achats, de leurs dépenses, de contrôler leur budget et le règlement des factures de leurs fournisseurs. L'investissement de ces deux pôles a permis d'aboutir à la mise en service de Procure To Pay en début d'année 2025, après des sessions de formation avec tous les collaborateurs concernés et la mise en place d'un service support pour accompagner l'ensemble des équipes à ce changement de pratiques. Quelques semaines après son lancement, les utilisateurs se sont appropriés l'outil et les sollicitations du support se font désormais plus rares.

NOS OUTILS





Direction Digital et Systèmes d'Information

Un rôle stratégique et opérationnel clé

Au cours de l'année 2024, la Direction Digital et Systèmes d'Information a piloté plusieurs projets stratégiques visant à améliorer la digitalisation, l'efficacité des processus internes et la continuité des activités.

En pilotant le déploiement du logiciel Procure to Pay, la DDSI a contribué à un projet d'envergure afin de se conformer aux obligations légales à venir. Ce système permet la digitalisation complète du processus de traitement des factures, incluant la numérisation à la réception, l'élimination du papier et un workflow entièrement digitalisé. Un plan de formation interne a également été déployé pour accompagner les équipes. Dans le cadre de l'intégration de la base budgétaire à Procure to Pay, le remplacement de l'ancienne base a été réalisé avec succès, garantissant une meilleure gestion financière.

Dans l'outil CRM, Brevo, la mise en place d'attributs à choix multiple a permis une meilleure qualification des contacts, améliorant ainsi la qualité des données. Un nettoyage et une structuration approfondis ont été effectués, avec pour objectif de centraliser les informations et d'assurer leur fiabilité. Un réseau interne dédié à la gestion de l'outil a été instauré. Concernant le logiciel de contrôle-qualité, à la suite du changement de référent, Interfel a repris en main l'outil permettant à la DDSI de développer ses compétences techniques.

Pour l'hébergement des sites web, un travail d'amélioration du Plan de Continuité d'Activité (PCA) a été réalisé, avec la mise en place de deux sites distants synchronisés. Après un benchmark des prestataires, la décision de conserver l'hébergeur actuel a été prise, tout en améliorant la continuité du service.

Pour répondre aux exigences légales du Règlement Général sur la Protection des Données, tous les traitements de données personnelles ont été enregistrés et suivis conformément aux obligations en vigueur. Enfin, la solution Intune a été mise en place pour améliorer la gestion du parc des appareils mobiles, des applications et de leur sécurité.

Pour l'année à venir, la DDSI accompagnera le déploiement de l'Intelligence Artificielle (IA) au sein d'Interfel par le biais de formations et de l'accompagnement des équipes dans la prise en main des nouveaux outils. L'IA est perçue comme un levier d'optimisation des processus internes et un appui pour l'innovation.



Fonctionnement et organisation interne

La MFL

La Maison des Fruits et Légumes, un lieu accueillant et propice aux échanges entre les acteurs de la filière

Cette année encore, les salles de réunion de la MFL ont été des espaces d'échange privilégiés pour les acteurs de la filière, réunis à l'occasion d'événements institutionnels ou de rencontres avec des représentants du monde politique.

Les services généraux de la MFL engagés au service de tous ses occupants

L'année 2024 a été marquée par la réorganisation des espaces de bureaux sur plusieurs de ses niveaux. Ces ajustements ont été réalisés afin de répondre à l'ensemble des besoins des occupants de la MFL.

De nouveaux copieurs sont venus apporter un gain de performance à l'ensemble des équipes, grâce à l'initiative conjointe des services généraux et de la DDSI. Plus rapides et mieux adaptés aux usages, ces équipements permettent d'optimiser les besoins des collaborateurs tout en réduisant les coûts, grâce à un contrat renégocié plus avantageux. Ces copieurs sont compatibles avec ICM, la nouvelle solution de signature électronique développée par la DDSI et permettent une utilisation optimale de la Gestion Électronique des Documents portée par ce progiciel.

Enfin, dans le cadre du renforcement de la sécurité des personnes, de nouvelles sessions de formation ont été organisées pour les sauveteurs secouristes du travail, portant leur nombre à 10, répartis sur l'ensemble des étages. Afin de faciliter leur identification en cas d'incident, une signalétique sera prochainement mise en place sur la porte de leur bureau.

Engagement Social et Environnemental

Pour la première fois en 2024, la MFL s'est engagée pour la sensibilisation au dépistage du cancer du sein en célébrant « Octobre Rose » : les espaces communs ont été décorés aux couleurs de la manifestation, et un atelier de sensibilisation, d'information et de palpation a été proposé à tous les occupants et occupantes de la MFL.

En fin d'année, la campagne de collecte de jeux, jouets et livres au profit de l'association REJOUÉ a été reconduite pour la 2^e année consécutive. Grâce à la mobilisation des occupants, 70kg de matériel ludique ont été recueillis et seront remis en état par un atelier d'insertion, et redistribués à des enfants en situation de précarité.

Perspectives pour 2025

Forts de ces réussites et engagement, les services généraux de la MFL poursuivent leur démarche d'amélioration du confort des occupants et de mise en conformité du bâtiment, avec plusieurs nouveaux projets pour 2025. Afin de réduire les déchets plastiques, les fontaines à bombonnes seront remplacées par des fontaines à eau raccordées au réseau, installées à chaque coin café. Une gestion plus responsable des déchets sera encouragée avec la mise en place du tri sélectif à chaque étage. Les salles de réunion situées en sous-sol feront l'objet de nouveaux aménagements afin de les rendre plus agréables et confortables. Enfin, un des groupes froid sera remplacé pour assurer une climatisation du bâtiment optimale et respectueuse des réglementations.



Bilan et perspectives 2024

En 2024, les cinq membres du Comité Social et Économique (CSE) ont été intégralement renouvelés pour un mandat de cinq ans. Cette instance représentative du personnel, instituée conformément au Code du Travail, joue un rôle central dans le dialogue social au sein de l'entreprise, en facilitant la communication entre la Direction et les salariés.



Vous trouverez ci-dessous un aperçu des principales actions menées par le CSE en 2024, ainsi qu'un rappel de ses missions et des perspectives envisagées.

Les missions principales du CSE :

- Représenter les salariés auprès de la Direction sur les sujets liés aux conditions de travail, à l'organisation, à la santé et à la sécurité.
- Être consulté sur les projets majeurs de l'entreprise, notamment en matière d'organisation ou d'évolution économique.
- Gérer les Activités Sociales et Culturelles (ASC) ainsi que les Œuvres Sociales (OS) au bénéfice de l'ensemble des salariés.
- Assurer la circulation de l'information entre la Direction et les collaborateurs.

Dès leur prise de fonction, les nouveaux membres du CSE ont bénéficié de formations spécifiques afin d'appréhender pleinement leur rôle et le fonctionnement de l'instance. Pour garantir un dialogue régulier et constructif, des réunions mensuelles avec la Direction ont été instaurées. En début d'année, le budget dédié aux ASC et OS a été présenté, accompagné d'un programme d'actions en faveur des salariés : événements, activités, chèques vacances, chèques cadeaux, etc.

En 2024, le CSE a également contribué activement à la mise en place d'un dispositif d'intéressement, une première pour l'entreprise. Il a notamment participé à la définition des critères d'évaluation et veillé à une bonne compréhension du dispositif par les collaborateurs référents. Les membres du CSE se réunissent régulièrement pour échanger sur la vie de l'entreprise et envisager des axes d'amélioration des dispositifs en place. Ils accordent une

attention particulière aux questions de santé, de sécurité et de conditions de travail. Un membre référent est désigné sur ces sujets, ainsi que sur la prévention du harcèlement sexuel, conformément à la réglementation. Une formation spécifique a été dispensée à ce titre en début d'année.

Afin de renforcer la cohésion entre les collaborateurs, le CSE a organisé en septembre une journée du personnel placée sous le signe des Olympiades. Cet événement a favorisé les échanges et le rapprochement entre les salariés d'Interfel / Aprifel venus de toutes les régions. Des ateliers culinaires ont également été proposés, autour du thème de la campagne « Jamais Trop ». Ces instants de convivialité ont rencontré un vif succès et seront reconduits en 2025. Les représentants du personnel restent disponibles, en présentiel ou à distance, pour recueillir les demandes, suggestions et préoccupations des salariés. Le CSE se veut une véritable cellule d'écoute et de soutien pour tous ceux qui en ressentent le besoin.

Perspectives pour la suite du mandat :

- Renforcer les actions en faveur du bien-être au travail et poursuivre les échanges autour de la Qualité de Vie au Travail (QVT) avec la Direction.
- Développer de nouveaux partenariats pour enrichir les offres d'activités sociales et culturelles.
- Améliorer les outils de communication pour renforcer le lien avec les salariés.

Le CSE reste pleinement engagé pour défendre les intérêts des collaborateurs et nourrir un dialogue social de qualité au sein de l'UES Interfel/Aprifel. Ensemble, nous continuerons à faire de notre cadre professionnel un environnement d'écoute, d'évolution et de cohésion.





ASSOCIATION INTERPROFESSIONNELLE DES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS

97 boulevard Pereire - 75017 Paris

Tél. : 01 49 49 15 15

Mail : infos@interfel.com

www.lesfruitsetlegumesfrais.com

www.interfel.com



[@lesfruitsetlegumesfrais](#)



[@Interfel](#) / [@FruitsLegumesFR](#)



[@lesfruitsetlegumesfrais](#)



[@Interfel](#)