



## RAPPORT D'ACTIVITÉ 2025



# UNE ANNÉE DE CHALLENGES



# SOMMAIRE

04	Les fruits et légumes frais en chiffres	<b>27</b>	<b>COMMISSION DES COMITÉS RÉGIONAUX</b>	<b>73</b>	<b>COMMISSION ÉCONOMIE</b>
06	Le mot du Président	28	Édito Commission des Comités régionaux d'Interfel	74	Édito Commission Économie
08	Les faits marquants de l'année 2025	29	Présentation de la Commission des Comités régionaux d'Interfel	75	Contexte éco-politique
10	L'édito du Directeur général	30	Le Comité Interfel Auvergne-Rhône-Alpes	76	Focus études
11	La stratégie interprofessionnelle	31	Le Comité Interfel Centre-Val de Loire	80	Accords interprofessionnels
12	La gouvernance et le rôle de l'interprofession	32	Le Comité Interfel Hauts-de-France	82	Contrôle des accords
13	Missions et composition d'Interfel	33	Le Comité Interfel Île-de-France	83	Comité RHD
14	Complémentarité des 3 structures	34	Le Comité Interfel Nouvelle-Aquitaine	84	Groupe de travail qualité produit
15	Les commissions et les comités	35	Le Comité Interfel Occitanie	86	Groupe de travail suivi de marché
16	La cotisation Interfel	36	Le Comité Interfel Provence-Alpes-Côte d'Azur	87	Groupe de travail indicateur
15	Budget CVE 2025	37	Actions des diététiciens	88	Groupe de travail logistique & emballage
18	Actions institutionnelles			89	Groupe de travail juridique
22	Communication interne			89	Groupe de travail énergie
				90	Stratégie produits
<b>23</b>	<b>PLAN DE SOUVERAINETÉ FRUITS ET LÉGUMES</b>	<b>40</b>	<b>COMMISSION COMMUNICATION</b>	<b>91</b>	<b>COMMISSION INNOVATION RECHERCHE</b>
25	AXE A, AXE B	41	Édito Commission Communication	92	Édito Commission Innovation Recherche
26	AXE C, AXE D	42	Présentation de la Commission Communication	93	Présentation de la Commission Innovation Recherche
		44	Dynamisation de la consommation	94	Comité RSE
		53	Filière et métiers	95	Comité Bio
		56	Conquête des enfants	96	Club Innovation
		58	Enjeux sociétaux - SIA		
		61	Enjeux sociétaux - Donner la parole aux professionnels	<b>97</b>	<b>FONCTIONNEMENT OPÉRATIONNEL</b>
		62	Enjeux sociétaux - Une présence renforcée dans les grands médias	98	Direction des Ressources Humaines
				99	Direction Administrative et Financière
		<b>63</b>	<b>COMMISSION INTERNATIONALE</b>		
		64	Édito Commission Internationale	<b>100</b>	<b>LE COMITÉ SOCIAL ET ÉCONOMIQUE (CSE)</b>
		65	Présentation de la Commission Internationale		
		66	Négociations Internationales		
		68	Les salons Internationaux		
		70	Communication internationale		
		72	Communication en Europe		

## PRODUCTION



La France est le **3<sup>e</sup>** producteur européen de fruits et légumes frais derrière l'Espagne et l'Italie, mais juste devant la Pologne, les Pays-Bas et la Belgique (source : Eurostat 2024)

La production s'élève à **8,5 millions de tonnes** en moyenne sur 2021-2023 avec **5,7 millions de tonnes** à destination du marché du frais (source : CTIFL, moy. 2021-2023)

**187** organisations de producteurs, dont **70%** de coopératives (Sources professionnelles)

**27 000** exploitations cultivent des légumes (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)

**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)

**200** coopératives/SICA/Unions de F&L (Source : Felcoop, 2024)

**12** associations d'organisations de producteurs nationales

## CONSOMMATION

**21,4** milliards d'euros de chiffres d'affaires au stade de la consommation (HT - hors pomme de terre et autoconsommation) sur la période 2021-2023 (source : CTIFL, 2021-2023)

Les fruits et légumes frais (hors p.d.t) représentent **12 %** du budget alimentaire des Français - en excluant la RHD (source : Insee, 2023)



# LES FRUITS ET LÉGUMES

# FRAIS EN CHIFFRES

## DISTRIBUTION

Près de **270** expéditeurs-exportateurs (source : CTIFL 2024)

**122** entreprises d'importation et d'introduction (source : CTIFL 2024)

Près de **900** grossistes (hors centrales) (source : CTIFL 2020)

**12 000** primeurs en fruits et légumes (source : Saveurs Commerce, 2020)

Plus de **44 000** points de vente (hyper, super, EDMP (Enseignes à Dominante Marques Propres), drives et magasins de proximité) (source : FCD/FCA 2019)



## RESTAURATION COLLECTIVE

Près de **300 000** salariés en restauration collective, dont **60 %** en gestion directe et **40 %** en gestion concédée (Sources : Restau'Co, SNRC - 2019)

**2 milliards** d'euros (HT) de chiffres d'affaires au stade de la consommation pour la restauration hors domicile sur la période 2021-2023 (source : CTIFL, 2021-2023)





« Transformer l'adhésion en passage à l'acte »



Daniel  
Sauvaitre,  
Président



## LE MOT DU PRÉSIDENT

L'année 2025 aura confirmé une conviction forte : jamais les fruits et légumes frais n'ont occupé une place aussi essentielle dans les attentes de notre société. Santé, souveraineté alimentaire, proximité, transition écologique, plaisir alimentaire... notre filière se trouve au croisement de défis majeurs, mais aussi d'opportunités considérables. Dans un environnement toujours marqué par les incertitudes économiques, budgétaires et politiques, Interfel a poursuivi son engagement avec détermination et responsabilité. Les travaux engagés autour du nouvel accord triennal, les échanges avec les pouvoirs publics, la poursuite du Plan de Souveraineté Fruits et Légumes, ainsi que les réflexions collectives menées tout au long de l'année, ont démontré la solidité de notre interprofession et la capacité des familles professionnelles à construire ensemble des réponses ambitieuses. L'année 2025 aura également marqué une étape importante dans notre réflexion stratégique. Grâce au travail collectif mené lors du séminaire de janvier, une orientation claire s'est affirmée : après avoir installé durablement l'idée que « les fruits et légumes frais, c'est jamais trop », notre défi est désormais d'aller plus loin et de transformer cette adhésion en comportements concrets. Car nous le savons : il ne suffit plus que les consommateurs reconnaissent les bienfaits des fruits et légumes. Il faut leur donner envie de les choisir, de les cuisiner, de les partager, de les remettre au

cœur du quotidien. Cela implique d'agir là où tout se joue réellement : au moment de la rencontre entre le produit et le consommateur, sur les étals, à table, dans les habitudes de vie de chacun. Cette ambition nous oblige collectivement. Elle suppose de valoriser tous les savoir-faire de la filière, du champ jusqu'au point de vente, et de continuer à accompagner l'évolution des comportements alimentaires dans une société où les repères changent profondément. Nous devons aider le consommateur à retrouver confiance, simplicité et plaisir dans sa consommation de fruits et légumes frais. Les échanges de cette année ont également montré toute la créativité et l'énergie de notre interprofession. Les priorités se précisent : renforcer la proximité avec les consommateurs, soutenir l'attractivité de l'offre, mesurer plus finement l'impact de nos actions et poursuivre une communication toujours plus concrète, positive et utile. Je tiens à saluer l'engagement de l'ensemble des familles professionnelles, des équipes nationales et régionales, des administrateurs et des partenaires qui font vivre cette dynamique collective au quotidien. Leur mobilisation démontre que notre interprofession sait se projeter, innover et agir avec unité face aux défis de demain. Plus que jamais, l'avenir de la consommation de fruits et légumes frais se construit maintenant. Et il se construira ensemble.

## RELATIONS INSTITUTIONNELLES & INFLUENCE

- Plus de 85 rendez-vous parlementaires et une vingtaine de rencontres ministérielles.
- Auditions d'Interfel sur les enjeux de souveraineté alimentaire, de compétitivité et d'adaptation réglementaire.
- Contribution active à la SNANC et aux États généraux contre le gaspillage alimentaire.
- Renouvellement du partenariat avec l'Association des Maires de France.



## UNE DYNAMIQUE TERRITORIALE RENFORCÉE

- 7 Comités régionaux pleinement actifs en 2025.
- Lancement opérationnel d'Interfel Occitanie.
- Multiplication des actions auprès des collectivités, établissements scolaires et acteurs territoriaux.
- Première action commune nationale « Goût & Territoires » portée par les Comités régionaux.



## GOVERNANCE & STRATÉGIE DE FILIÈRE

- Consolidation du dialogue interprofessionnel et mise en place de la nouvelle gouvernance d'Interfel autour de son président, Daniel Sauvaître, à travers un séminaire du conseil d'administration organisé en janvier 2025, dont les réflexions ont abouti à 20 engagements majeurs pour développer la consommation des fruits et légumes frais.
- Poursuite des travaux engagés autour du Plan de souveraineté Fruits & Légumes et mise en place d'une task force dédiée aux Conférences de souveraineté alimentaire.
- Lancement des travaux du nouvel accord CVE 2026-2028 sur la base des réflexions conduites lors du séminaire CA de janvier 2025.
- 27 réunions statutaires (Conseil d'administration, COPN, AG, Commissions et séminaire).

## QUELQUES CHIFFRES CLÉS 2025

**314 770**  
personnes sensibilisées par le réseau des diététiciens.

**2 440**  
actions menées partout en France.

**85**  
rendez-vous parlementaires.

**10**  
auditions institutionnelles.

**45**  
réunions statutaires au sein de la MFL en 2025.

**97 %**  
du budget des Comités régionaux financé par la CVE.

**7**  
Comités régionaux mobilisés sur le terrain.

# Les faits marquants de l'année 2025 Une année de challenges



## COMMUNICATION & CONSOMMATION

- Succès confirmé de la campagne « Jamais Trop » avec une forte présence terrain et média.
- Plus de 314 000 personnes sensibilisées par le réseau des diététiciens partout en France.
- Déploiement des temps forts « Jamais Trop Tarte », « Jamais Trop Street », « Jamais Trop Économique », « Jamais Trop Fiers » et « Jamais Trop Mixte ».
- Renforcement des campagnes à destination des jeunes générations via Fraich'Force et Fruits & Légumes à l'École.
- Refonte et montée en puissance des outils digitaux d'Interfel.

## RECHERCHE, INNOVATION & TRANSITION

- Renforcement du soutien à la recherche et à l'expérimentation avec le CTIFL.
- Structuration des travaux autour de l'innovation, de la décarbonation et de l'adaptation climatique.
- Développement des démarches de transition agroécologique et valorisation des signes de qualité.

## PLAN DE SOUVERAINÉTÉ FRUITS & LÉGUMES

- Poursuite du déploiement du PSFL autour de 4 axes stratégiques : protection des cultures, compétitivité, innovation et dynamisation de la consommation.
- Renforcement des échanges avec les ministères et participation active aux conférences de souveraineté alimentaire.
- Déploiement de la plateforme « Aides & Financements » pour accompagner les entreprises de la filière.
- Mobilisation d'Interfel auprès des pouvoirs publics pour garantir la pérennité des financements de la filière.

## UNE FILIÈRE MOBILISÉE POUR L'AVENIR

Dans un contexte politique, économique et climatique toujours plus exigeant, Interfel a poursuivi en 2025 sa mobilisation au service de l'ensemble des acteurs de la filière fruits et légumes frais. Innovation, souveraineté alimentaire, consommation, attractivité des métiers et ancrage territorial ont constitué les priorités d'une année marquée par l'action collective et la volonté de préparer durablement l'avenir de la filière.



## L'ÉDITO

« Garder le cap de notre mission collective »

Alexis Degouy,  
Directeur général



L'année 2025 aura été une année d'intensification et de mobilisation collective pour Interfel. Jamais notre interprofession n'a autant agi, innové et porté la voix de la filière. Mais jamais non plus nous n'avons perdu de vue l'essentiel : notre mission première reste de faire progresser durablement la consommation de fruits et légumes frais.

C'est cette exigence qui a guidé l'ensemble des équipes au service de la filière cette année, sous l'autorité de Daniel Sauvaitre, du Bureau et des administrateurs. Nous avons poursuivi le déploiement de campagnes ambitieuses, renforcé nos outils d'accompagnement, consolidé nos relations institutionnelles et développé de nouvelles actions de proximité avec les consommateurs. Plus de terrains pour être encore davantage au contact des consommateurs et faire bouger les lignes de la consommation des fruits et légumes.

Mais nous devons aussi regarder la réalité avec lucidité. Malgré une année 2025 à nouveau positive en volume, malgré l'engagement considérable des professionnels et des équipes, les objectifs de consommation ne sont pas encore atteints. Les évolutions des modes de vie, les contraintes budgétaires des ménages, les transformations des comportements alimentaires, notamment chez les jeunes générations, nous obligent à adapter en permanence nos approches et à aller encore plus loin.

Cette prise de conscience collective a profondément nourri les réflexions engagées en 2025 autour du futur accord

triennal et des priorités stratégiques des prochaines années. Une conviction forte s'est imposée : nous devons concentrer toujours davantage nos efforts sur l'impact concret de nos actions auprès des consommateurs.

Cela signifie mieux comprendre les comportements, lever les freins à la consommation, accompagner les évolutions sociétales et renforcer la présence des fruits et légumes frais dans le quotidien des Français. Cela signifie également continuer à valoriser les métiers, les savoir-faire et la qualité de l'offre portée par l'ensemble des professionnels de la filière. Cette ambition exige de la constance, de la cohérence et de l'engagement collectif. Et sur ce point, Interfel peut s'appuyer sur une mobilisation remarquable en lien étroit avec le CTIFL et Aprifel. Je tiens à remercier sincèrement les équipes, les élus, les familles professionnelles, les comités régionaux et l'ensemble de nos partenaires pour leur implication quotidienne. Leur engagement permet à notre interprofession de rester un acteur reconnu, crédible et utile au service de toute la filière.

Les années à venir seront décisives. Nous aurons à poursuivre les transitions engagées, à renforcer notre efficacité collective et à démontrer toujours davantage l'utilité concrète de nos actions et à mieux les faire savoir. Les défis restent immenses, mais notre capacité à les relever ensemble est intacte. Plus que jamais, nous devons garder le cap : faire des fruits et légumes frais une évidence durable dans les habitudes de consommation des Français.

### 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

### 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.

2

## LES ENGAGEMENTS D'INTERFEL

### DYNAMISER ET SOUTENIR

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

3

### 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.

4

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 organisation adaptée à la filière

L'interprofession des fruits et légumes frais s'est progressivement structurée, au fil des crises conjoncturelles qui ont affecté ses différentes productions. Elle a su faire évoluer ses statuts et réorganiser sa gouvernance afin de mieux prendre en charge les besoins stratégiques de l'ensemble de la filière.

Interfel, comme toute interprofession, est une association loi 1901. Les quinze organisations professionnelles qui en sont membres représentent environ 80 % des opérateurs de la filière des fruits et légumes frais. Elles sont réparties en deux collèges, un collège amont et un collège aval. Les décisions prises au sein d'Interfel le sont à l'unanimité de chaque collège, principe qui valorise le consensus et garantit l'intérêt collectif du secteur.

Les spécificités de la filière fruits et légumes frais,

notamment la concaténation de ses métiers, ont conduit à une organisation plus étoffée que celle des associations classiques. Outre une Assemblée générale (AG), un Conseil d'administration (CA) et un Bureau, Interfel dispose d'une instance complémentaire dans les prises de décisions : la Conférence des organisations professionnelles nationales (COPN). Ces instances permettent une large participation ainsi qu'une équitable représentation des différentes familles d'Interfel.

### BUREAU

Le Bureau est élu par le Conseil d'administration.

Les membres du Bureau sont : le Président, le Vice-Président, le Secrétaire Général, le Trésorier, le Secrétaire Général adjoint et le Trésorier adjoint

**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)

**Olivier Feno-Feydel** (UNCGFL)

**Bernard Gérin** (ANEFEFEL)

**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 - Bertrand Rehlinger - Jean-Louis Chapeyroux

**GEFeL** Bruno Darnaud - Christian Letierce - François Lafitte

**COORDINATION RURALE** Sébastien Héraud - Philippe Maydat - Christian Schievenne

**CONFÉDÉRATION PAYSANNE** Vincent Delmas - Jonathan Chabert - Clara Jaroussie

**ANEFEFEL** Bernard Gérin - Olivier Lemouzy - Éric Guasch

**UNCGFL** Olivier Feno-Feydel - Christian Berthe - Benoît Gilles

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

**FCD** Jeff Mahintach - Antoine Carissimo - Éric Caruelle

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

**RESTAU'CO** Christophe Mari - Sylvie Dauriat - Philippe Muscat

**SNRC** Isabelle Aprile - Aleksandra 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** Association des Fruits à destination multiples transformés

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

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



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

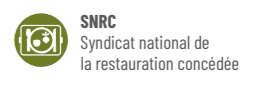
Sont membres d'Interfel les organisations, représentatives au niveau national, des différents métiers de la filière fruits et légumes frais.

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



#### COLLÈGE AVAL





Complémentarité des 3 structures

## Interfel, Aprifel, CTIFL, quelle complémentarité ?

Les présidents des différentes organisations professionnelles ont souhaité se doter d'une direction générale coordonnée entre les 3 structures afin d'assurer une meilleure cohérence des objectifs de filière et une optimisation opérationnelle et financière.

### Des structures distinctes et complémentaires

Chacune des trois structures conserve un conseil d'administration et une présidence distincts : pour des raisons à la fois réglementaires et tenant au caractère complémentaire de leurs missions. Complémentarité et autonomie qui s'appliquent au-delà des missions spécifiques à chaque organisme par des représentants professionnels différents, des organisations partenaires adaptées aux spécificités de chaque structure et à une nécessaire intégration de chaque association dans son univers de référence.

### L'interprofession : stratégie interprofessionnelle financière et économique

L'interprofession Interfel a été créée en 1976. Elle est une des interprofessions les plus représentatives en France quant aux métiers et produits qu'elle recouvre. Les principes relatifs à la composition, les missions et le fonctionnement des interprofessions reconnues sont définis par le Règlement n°1308/2003 portant organisation commune des marchés de produits agricoles (ci-après « OCM ») et le Code rural et de la pêche maritime. Sa composition implique que les financeurs et les bénéficiaires des actions soient parties prenantes de l'interprofession. De même, la mécanique décisionnelle s'agissant des accords interprofessionnels soumis à extension nécessite l'unanimité des familles ou des collèges.

L'interprofession se compose donc exclusivement d'organisations professionnelles représentatives et responsables collectivement du prélèvement et de l'utilisation de la CVE. L'interprofession est également la seule à pouvoir prélever une cotisation étendue pour un même secteur d'activité, justifiant ainsi de son caractère unique. Enfin, elle est seule habilitée à présenter aux pouvoirs publics des extensions d'accords interprofessionnels concernant son champ d'activité. Toute organisation interprofessionnelle régionale, pour être reconnue, doit être un comité régional de l'interprofession nationale.

### Le CTIFL : la recherche, l'expérimentation, la formation

Le CTIFL est un centre technique interprofessionnel créé par arrêté du 24 septembre 1952 dans le cadre de la loi du 22 juillet 1948 fixant le statut juridique des centres techniques industriels (ci-après « CTI »). Les centres techniques industriels sont des établissements d'utilité publique dont les statuts et les missions sont définis aux articles L. 342-1 et suivants du Code de la recherche. Sa composition se réfère à la fois aux obligations liées à un CTI qui ne répond pas aux mêmes critères réglementaires que le fonctionnement d'une interprofession. Par ailleurs, au-delà même de sa forme juridique de CTI, la mission d'un centre technique se réfère à des habilitations et reconnaissance propre aux instituts techniques agricoles qui s'illustre d'ailleurs par l'adhésion

des centres à l'ACTA.

En outre, de par sa mission de centre technique, le conseil d'administration du CTIFL se compose de partenaires spécifiques qui interviennent directement ou indirectement dans le domaine technique de la recherche et de l'expérimentation. Enfin, un centre technique de par la réglementation (articles L. 342-1 et suivants du Code de la recherche) et les systèmes de cofinancements régionaux, nationaux et communautaires, doit répondre à des spécificités propres aux organismes dont les missions principales sont la recherche et l'expérimentation.

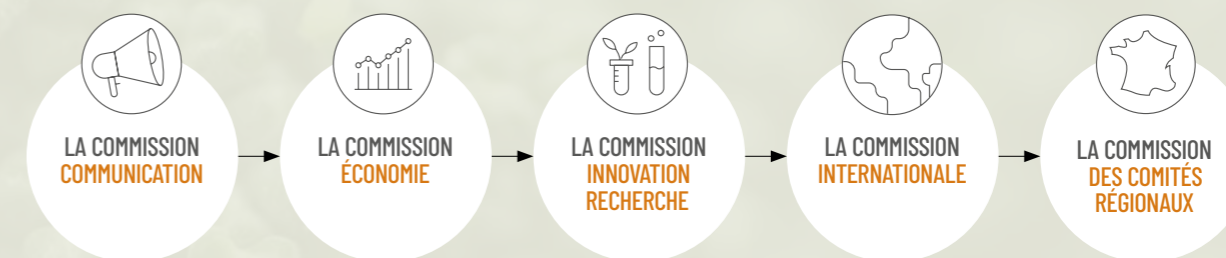
### Aprifel : une information qui valorise le consensus scientifique, société civile et professionnelle

L'agence Aprifel, est une association de loi 1901 créée en 1981, et reconnue d'intérêt général par les autorités françaises depuis 2022. Elle tient principalement sa légitimité de sa composition particulière. En effet, au sein d'Aprifel, le mode de fonctionnement donne à parts égales le pouvoir de décision commun au conseil d'administration, au conseil scientifique et au conseil consommateur. Seul un organisme autonome ayant ce processus décisionnel et cette composition peut légitimement mettre en place des actions d'information pour répondre notamment aux demandes d'informations sociétales, car dans ce domaine la prise de parole ne peut être légitime si elle ne provient que du secteur économique seul.

## LES COMMISSIONS ET LES COMITÉS

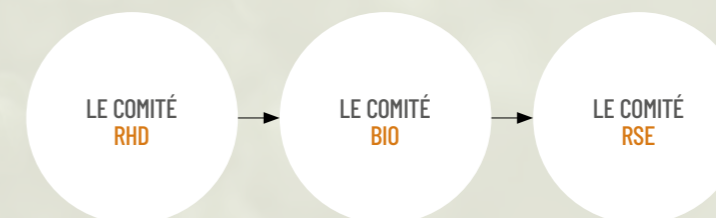
### LES COMMISSIONS AU CŒUR DE L'ACTION

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.



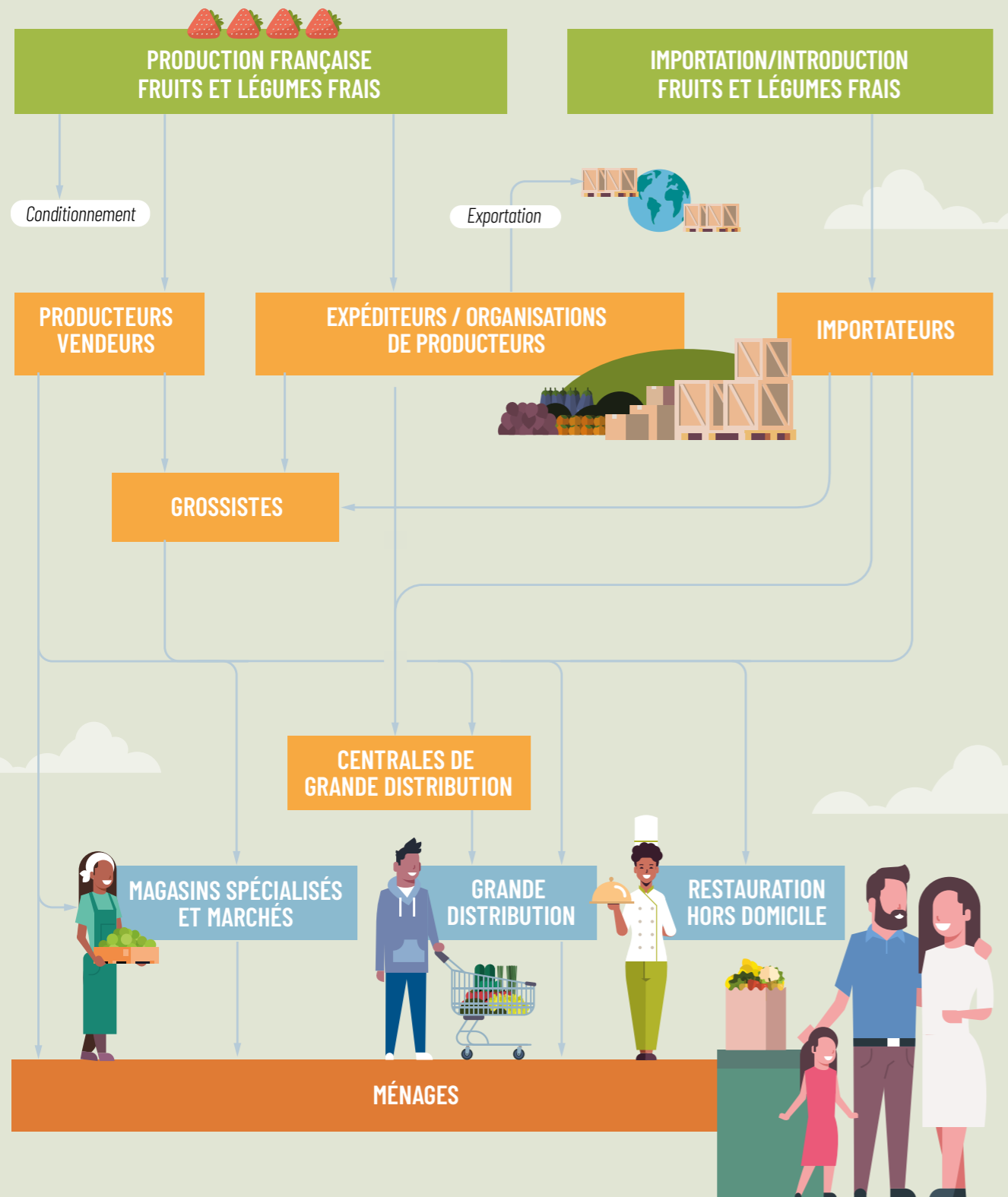
### LES COMITÉS RÉGIONAUX D'INTERFEL

- COMITÉ RÉGIONAL AUVERGNE-RHÔNE-ALPES PRÉSIDENT Régis Aubenas
- COMITÉ RÉGIONAL HAUTS-DE-FRANCE PRÉSIDENTE Hélène Méli
- COMITÉ RÉGIONAL ÎLE-DE-FRANCE PRÉSIDENT Mickaël Dubois
- 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<sup>er</sup> janvier 2023, accord du 6 juillet 2022 étendu par arrêté du 29 septembre 2022



Budget CVE 2025

## Comprendre la CVE

### À quoi sert Interfel concrètement ?

Interfel mène des actions d'intérêt général pour la filière, notamment pour :

- encourager la consommation de fruits et légumes,
- améliorer la qualité et la traçabilité des produits,
- soutenir la recherche et l'innovation,
- accompagner des pratiques plus durables et respectueuses de l'environnement,
- mieux comprendre les marchés et aider les entreprises à s'adapter,
- faciliter les relations commerciales et logistiques entre les différents acteurs.

### Comment ces actions sont-elles financées ?

Les actions d'Interfel sont financées par une cotisation étendue professionnelle, payée par les acteurs de la filière fruits et légumes frais.

### Qu'est-ce que la "cotisation volontaire étendue" (CVE) ?

La cotisation est décidée collectivement par les organisations professionnelles membres d'Interfel. Une fois validée par les pouvoirs publics, elle devient obligatoire pour tous les acteurs concernés, afin que chacun participe équitablement aux actions communes.

### Qui paie cette cotisation ?

Tous les opérateurs de la filière fruits et légumes frais concernés par l'accord interprofessionnel, qu'ils vendent en France ou à l'international.

### Comment est calculée la cotisation ?

La cotisation est calculée sur la base du montant hors taxes des ventes de fruits et légumes frais concernés.

### Qu'est-ce qui change à partir de 2026 ?

Un nouvel accord s'applique pour les années 2026 à 2028.

Les taux de cotisation ont été réduits d'environ 10 %, à la demande des organisations professionnelles, tout en maintenant les actions essentielles pour la filière.

### Pourquoi cette cotisation est-elle importante ?

Elle permet de :

- financer des actions collectives utiles à tous,
- garantir une approche coordonnée au niveau national,
- préparer l'avenir de la filière face aux enjeux économiques, sanitaires et environnementaux.

## LA CVE FINANCE TROIS GRANDS TYPES D' ACTIONS

# 1

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

# 2

Des actions destinées à améliorer et contrôler la qualité des produits

# 3

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... POUR PRÉPARER L'AVENIR !**

## Comment est calculée la CVE ?

**POUR LES TRANSACTIONS RÉALISÉES SUR DES PRODUITS D'ORIGINE FRANCE**

**0,66 %**

sur le montant hors taxes des ventes effectuées depuis la première mise en marché jusqu'à la dernière vente au stade de gros incluses

**1,89 %**

sur le montant hors taxes des achats effectués aux stades du commerce de détail et de la distribution des produits dans le cadre de la restauration collective

**POUR LES TRANSACTIONS RÉALISÉES SUR DES PRODUITS D'ORIGINE INTRA-COMMUNAUTAIRE ET DE PAYS TIERS**

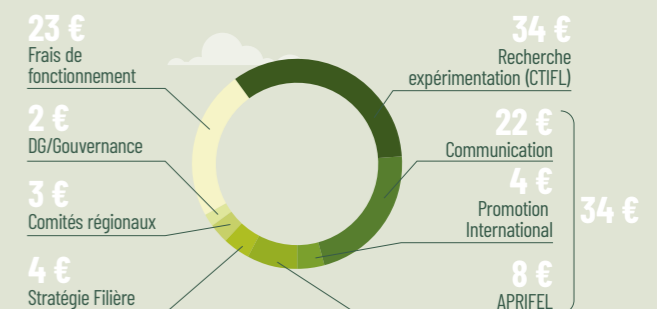
**0,45 %**

sur le montant hors taxes des ventes effectuées depuis la première mise en marché jusqu'à la dernière vente au stade de gros incluse

**0,62 %**

sur le montant hors taxes des achats effectués au stade du commerce de détail et de la distribution des produits dans le cadre de la restauration collective

### BUDGET 2026 / DÉPENSES POUR 100 € DE CVE



### LEVÉES DE FONDS GRÂCE À LA CVE

**9,1M€** subventions obtenues par le CTIFL | **2,2M€** subventions obtenues par Aprifel

**6,3M€** subventions et autres ressources obtenues par Interfel dont principalement :

**3,7 M€** Programmes à l'international | **2,3M€** Programmes de communication

**TOTAL EFFET DE LEVIER 17,6M€**



Actions institutionnelles

## Relations avec les pouvoirs publics et les élus

L'année 2025 a été mouvementée au niveau politique (vote de confiance et chute du gouvernement Bayrou, gouvernement Lecornu...), économique (droits de douane États-Unis / UE, accord commercial Mercosur/UE, révision de la PAC post-2027) et géopolitique (conflit russo-ukrainien, guerre au Moyen-Orient). Les enjeux agricoles et de souveraineté alimentaire ont été au cœur des discussions nationales et européennes. En témoignent les débats autour de la loi « Duplomb », le lancement des Conférences de Souveraineté, ou encore les discussions autour de la publication de la SNANC. Dans ce contexte de fortes tensions, le gouvernement et les parlementaires ont pu compter sur Interfel pour leur fournir des données et des grilles de lecture pour défendre la souveraineté et la compétitivité de la filière fruits et légumes frais.

### Plan de souveraineté fruits et légumes et lancement des Conférences souveraineté alimentaire

Le vote du budget de l'État pour l'année 2026 s'est révélé une nouvelle fois complexe du fait de l'instabilité politique et des coupes budgétaires. Les crédits alloués à l'action « planification écologique » ont été diminués sans qu'aucune garantie ne soit donnée à la filière des fruits et légumes frais sur la pérennisation des financements de son plan de souveraineté. Aux termes de l'examen du budget, le gouvernement dotera de 30 millions d'euros supplémentaires les plans Fruits et légumes, Protéines, et Agriculture Méditerranée (amendement gouvernemental). En décembre, la ministre de l'Agriculture a lancé officiellement les Conférences de la Souveraineté alimentaire (prévues dans la loi d'orientation agricole), à Rungis. L'objectif est de bâtir une stratégie de production, à l'horizon de 2035, pour la reconquête des principales filières en se basant sur des plans déjà existants à l'image du Plan de souveraineté dédié aux fruits et légumes (PSFL).

Interfel participera aux travaux du groupe sectoriel « Fruits et Légumes », en apportant une contribution et en formulant notamment 14 demandes prioritaires listées autour de 4 axes : desserrer l'étau réglementaire, simplifier les démarches administratives, établir un bilan des premières mesures du PSFL, et mettre en cohérence les objectifs politiques et la réalité des actions.

### Auditions d'Interfel sur la proposition de loi « Duplomb »

L'année 2025 a été marquée par l'examen de la proposition de loi visant à lever les contraintes normatives au métier d'agriculteur, dite « loi Duplomb ». Dans ce contexte, Interfel a été sollicitée lors d'auditions ou table ronde :

- En mars, par le rapporteur de la Commission des Affaires économiques de l'Assemblée nationale, le député Julien Dive (DR). Lors de cette table ronde, et aux côtés d'Intercéréales, l'AGPB, l'Association nationale des producteurs de noisettes (ANPN), et la CGB, Interfel a pu transmettre des éléments d'information

étayés et ainsi appuyer ses prises de position (sur l'accès à l'eau ou encore sur la possibilité d'utiliser dans des situations d'impasse bien établies des insecticides autorisés en Europe et interdits en France) ;

- En octobre, dans le cadre de l'examen de la pétition citoyenne (déposée en réponse au vote de la loi) Interfel a participé à une table ronde, organisée sous l'impulsion des députés Aurélie Trouvé (LFI) et Hélène Laporte (RN) chargées, au nom de la commission des affaires économiques de l'Assemblée, de rédiger un rapport sur la pétition. Ce sera l'occasion pour Interfel de réaffirmer la position de la filière qui tout en partageant l'objectif initial de la loi (à savoir réduire les distorsions de concurrence et les surtransposition afin de retrouver compétitivité et souveraineté) souhaite trouver un équilibre autour des piliers essentiels que sont l'économie, l'environnemental et le sociétal.
- Le 15 décembre, dans le cadre de la réactualisation de son rapport sur la compétitivité de la Ferme France, Laurent Duplomb a souhaité

auditionner Interfel autour de deux tables rondes ayant pour focus la tomate et la pomme. Aux côtés du CTIFL, de l'AOP Tomates concombre, et de l'ANPP, l'objectif pour Interfel était de poser un diagnostic quantitatif et qualitatif sur ces deux productions (évolution de la production, des coûts, des résultats, des exportations, etc.) par rapport au diagnostic formulé dans le rapport sur la compétitivité de la ferme France publié en 2022, et de présenter une analyse macro-économique de ces évolutions.

### Contribution à Stratégie Nationale pour l'alimentation, la Nutrition et le Climat (SNANC)

En avril 2025, Interfel a porté une contribution au projet de SNANC. D'un point de vue général, l'interprofession a soutenu le projet dans la mesure où elle reconnaît et promeut les bienfaits pour la santé humaine, le climat et les territoires d'une alimentation riche en fruits et légumes frais. S'agissant plus largement de la promotion des produits bruts, Interfel a indiqué notamment qu'elle suivra avec attention et participera volontiers à l'expérimentation autour des modalités d'extension de l'usage volontaire du Nutri-Score aux denrées non préemballées.

### Audition d'Interfel sur le financement de l'AB

Dans le cadre du Printemps de l'évaluation, le député Vincent Trebuchet a auditionné Interfel, aux côtés d'autres filières, sur le financement de l'agriculture biologique en France. À cette occasion, Interfel a présenté les attentes de la filière :

- Au niveau économique : pérenniser et revaloriser les leviers de soutiens existants, renforcer le système de données et d'indicateurs économiques publics spécifiques au bio, notamment en fruits et légumes
- Au niveau de la communication : poursuivre un soutien actif aux campagnes de communication dédiées à la consommation de produits issus de l'agriculture biologique pour amorcer une reprise pérenne
- Pour le secteur de la restauration collective : accompagner les acteurs, y compris sur le plan financier, pour répondre aux objectifs EGalim.

### Participation d'Interfel aux États généraux contre le gaspillage alimentaire

En mars 2025, le député Guillaume Garot a lancé les États généraux de la lutte contre le gaspillage alimentaire. Trois groupes de travail ont été constitués afin d'établir les grandes orientations publiques et privées à l'horizon 2030. En tant que partie prenante, Interfel a participé durant toute l'année 2025 à deux groupes de travail : le GT2 dédié à l'adaptation des systèmes de production, de distribution et de restauration pour lutter contre le gaspillage alimentaire (normes, mesures, outils numériques) ; et au GT3 dédié à la formation et à la sensibilisation de pratiques de consommation plus durables. Ces travaux et contributions aboutiront à une journée de restitution le 11 février 2026 qui présentera 15 mesures à mettre en œuvre d'ici 2030 (mise en place d'une instance de discussion - le CNAGA - incitation fiscale aux dons, etc.).

### CHIFFRES CLÉS

10

auditions d'Interfel

Une vingtaine

de rendez-vous avec des membres du gouvernement ou de cabinets ministériels

85

rendez-vous avec les parlementaires

Une vingtaine

de rendez-vous avec des députés européens

65

rendez-vous avec les élus locaux

44

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



Actions institutionnelles

## Participation d'Interfel au 107<sup>ème</sup> Congrès des Maires

Partenaire depuis 15 ans de l'AMF (Association des Maires de France), Interfel était présente au Congrès des maires, du 18 au 20 novembre 2025. L'interprofession a pu s'installer avec son stand au milieu du Congrès et aller à la rencontre des maires, conseillers municipaux et membres des intercommunalités. Cette année fut toute particulière avec la signature d'une nouvelle convention avec l'AMF.

Du 18 au 20 novembre, Interfel a pu échanger avec les élus pour les accompagner dans la mise en place du programme UE « Lait et fruits à l'école », ou encore des objectifs fixés par les lois EGalim et Climat en leur présentant les documents et guides réalisés par l'interprofession. Une occasion de répondre également à leurs questions concernant les actions développées dans les régions par le réseau des diététiciens et les Comités régionaux. L'ensemble de ces outils et actions a été également présenté dans un dépliant inséré dans les 10 250 mallettes des congressistes.

Interfel a pu mettre en valeur sur son stand les 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). Les discussions, à partir des fruits et légumes présentés, ont pu aboutir à des précisions sur le rôle

de l'interprofession auprès des élus communaux grâce aux outils d'accompagnement quotidien créés par la filière à leur service. Ce congrès a aussi été l'occasion de concrétiser le partenariat entre l'AMF et Interfel qui perdure depuis de nombreuses années. Le président d'Interfel Daniel Sauvaitre et le président de l'AMF David Lisnard ont signé la convention renouvelée entre les deux organisations et qui précise un cadre dans le partenariat :

- L'affirmation du stand d'Interfel au Congrès des maires pour plusieurs années afin de pouvoir continuer à dialoguer avec les élus locaux.
- L'intervention d'Interfel à des commissions thématiques de l'AMF, en lien avec les fruits et légumes pour répondre aux enjeux de la restauration collective et apporter de la connaissance aux élus sur les actions d'Interfel qui peuvent lever des contraintes. La convention mentionne le même type d'action pour les Comités régionaux dans

les différentes associations départementales de maires présentes dans toute la France. Cette convention constitue ainsi une base solide pour développer des partenariats avec les communes sur tout le territoire. Le président Daniel Sauvaitre a aussi rencontré la présidente du Conseil départemental des Deux-Sèvres pour discuter de l'état des vergers du département, des travaux du CTIFL et du programme Lait et Fruits à l'école.

### LE CHIFFRE

Près de **180** contacts qualifiés sur 3 jours



Actions institutionnelles

## Des notes de position et argumentaires à destination des professionnels de la filière dans leur prise de parole

Interfel a pour mission de former et délivrer les messages de la filière des fruits et légumes frais pour accompagner au mieux les professionnels lors de rendez-vous avec les parties prenantes institutionnelles, les décideurs politiques mais aussi lors d'interviews devant les médias. Interfel élabore ainsi tout au long de l'année des notes de positions, mémentos et argumentaires autour de tous les sujets que portent la filière, avec le soutien d'Aprifel et du CTIFL. En 2025, Interfel a créé et mis à jour :

- 18 notes de position thématiques :**
- Note de politique globale d'Interfel
  - Plan et conférences de souveraineté fruits et légumes
  - Relations commerciales et contractualisation des fruits et légumes
  - Décarbonation
  - Lutte contre les fraudes à l'origine
  - Adaptation au changement climatique
  - Affichage environnemental
  - Alternatives aux pesticides
  - Emballages plastiques et REP
  - Fruits et légumes bio
  - Accessibilité des fruits et légumes
  - Enjeux internationaux
  - Propositions au niveau UE
  - Certification HVE
  - NGT
  - NutriScore
  - Pertes et gaspillage alimentaires
  - Territoires

**Des argumentaires (pesticides, consommation, etc.) et des infographies (prix, bio etc.).**



Retrouvez ces notes dans l'espace « Documentation » du site [www.interfel.com](http://www.interfel.com)

## La communication interne au service des adhérents et des équipes d'Interfel

En 2025, la communication interne d'Interfel confirme son rôle central dans la valorisation des actions de l'interprofession et de l'engagement des équipes au niveau national et régional. Plus agile et nourrie par la participation active des collaborateurs, elle contribue directement à la diffusion et à l'appropriation de la culture interprofessionnelle.

Grâce à des dispositifs d'information et de coordination adaptés, elle s'adresse à la fois aux professionnels de la filière et aux équipes internes, renforçant la cohésion et le sentiment d'appartenance au collectif. Le rapport d'activité, notamment, illustre concrètement cette dynamique. Véritable outil stratégique, la communication interne structure et coordonne les messages à destination des acteurs de la filière. Elle permet de donner une vision d'ensemble des actions menées collectivement au service des fruits et légumes frais. Parmi les supports clés : les newsletters hebdomadaires, ainsi que les formations des élus, particulièrement structurantes dans le cadre des renouvellements de gouvernance.

### Une gouvernance mieux comprise, mieux incarnée

Depuis 2019, les formations des élus accompagnent les professionnels dans la compréhension de leur rôle au sein du conseil d'administration d'Interfel, via différents formats d'ateliers. En 2025, la nouvelle version initiée en 2024 a continué de former les nouveaux élus lors d'une formation en mai. Elle s'est également adaptée aux collaborateurs afin de renforcer l'appropriation des enjeux de notre interprofession.

Par ailleurs, une série de vidéos de présentation des organisations professionnelles a été lancée à

destination des nouveaux collaborateurs comme des nouveaux élus. Ces formats courts, de 1 min 30 à 2 minutes, permettent de mieux comprendre le rôle, les missions et les spécificités de chaque organisation qui composent Interfel.

### Une information continue, au service du terrain et de l'interne

La communication interne poursuit également son rôle d'information auprès des professionnels, notamment à travers le livret de l'élu et son application mobile « TOUS FL ». Elle s'appuie aussi sur la newsletter « Interfel Fraich'Infos », diffusée plusieurs fois par mois auprès de 600 professionnels, afin de suivre l'actualité de la filière des fruits et légumes frais. Depuis 2025, une newsletter dédiée aux directeurs de familles vient également compléter ce dispositif, afin de renforcer le partage d'informations autour des sujets et décisions issus des instances statutaires.

L'année 2025 a également marqué une évolution importante avec la transformation de l'intranet RH « Portail FL » en un intranet multi-direction baptisé « FL Connect ». Pensé comme un véritable espace de ressources et de partage, ce nouvel outil permet aux collaborateurs d'accéder facilement à l'ensemble des documents utiles au quotidien : charte graphique, tutoriels, actualités, procédures internes et bien plus encore. Un point d'accès centralisé conçu pour fluidifier l'information et renforcer la transversalité entre les équipes.



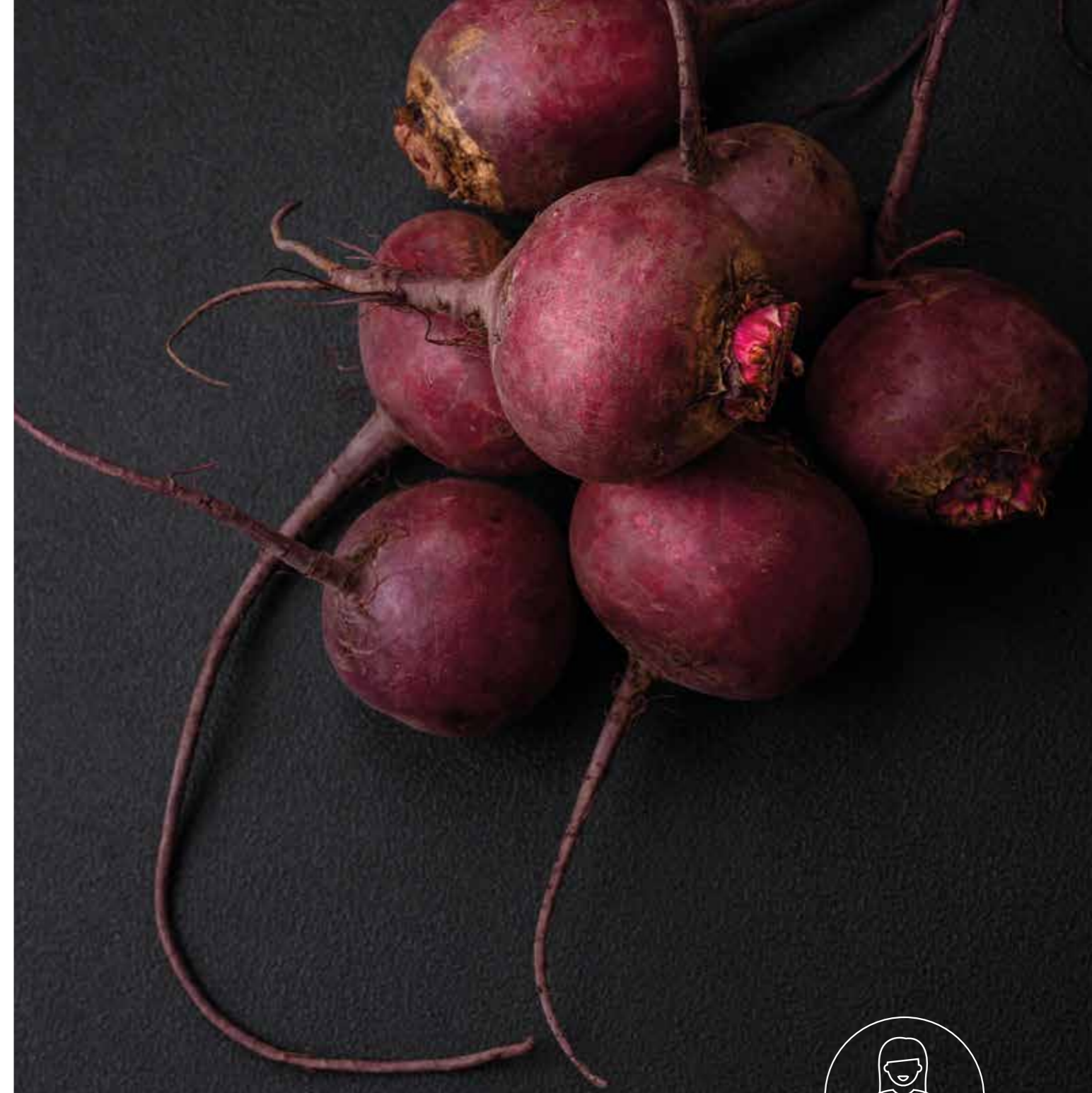
### CHIFFRES CLÉS

23 newsletters Fraich'Infos

45,7 % de taux d'ouverture (8% de plus qu'en 2024)

80 professionnels formés lors de la journée des élus depuis 2019

45 réunions statutaires au sein de la MFL en 2025



## 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-alimentation en fruits et légumes ces 20 dernières années et sur demande des professionnels de la filière, le Gouvernement a lancé le 1<sup>er</sup> 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 2025 dans un contexte budgétaire malgré tout contraint.

### 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 continué à assurer en 2025, aux côtés de ses organisations membres, le suivi et le déploiement de ce plan, notamment en participant aux copils 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 sur 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 le secteur des fruits et légumes frais.

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](mailto:aides-financements@interfel.com) ont été mises en place en complément de la plateforme.

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.

Plan de souveraineté fruits et légumes (PSFL)

## Plan de souveraineté fruits et légumes

### AXE A

#### Protection des cultures fruitières et légumières

L'axe A du plan de souveraineté vise à renforcer la protection des cultures fruitières et légumières dans un contexte réglementaire et politique en évolution, tant au niveau national qu'europpéen. Il s'appuie sur des actions déjà engagées (mise à jour du catalogue des usages phytopharmaceutiques, PNE, PARSADA) et des travaux législatifs en cours. Les priorités portent sur l'anticipation des difficultés liées aux impasses techniques et l'amélioration des procédures d'autorisation. Si plusieurs actions ont été réalisées ou initiées en 2025, il reste beaucoup à faire pour faciliter la reconnaissance mutuelle des AMM et développer des alternatives réalistes aux produits phytosanitaires. Interfel a participé en 2025 à plusieurs réunions avec les services du ministère de l'agriculture pour exiger l'accélération des ces travaux et notamment :

- La sécurisation de l'enveloppe budgétaire pour le PARSADA (vague 2) ;
- La relance du comité des solutions et l'obtention de la part de la DGAL d'un bilan exhaustif des travaux engagés en 2024 ;
- L'amélioration de la coordination Etat-professionnels sur les sujets européens pour mieux peser dans les négociations.

### 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'axe B du plan de souveraineté regroupe un grand nombre d'actions visant à améliorer la compétitivité de la filière : fiscalité, simplification administrative, accès aux financements.

Les nombreux échanges qui ont eu lieu en 2025 avec les pouvoirs publics concernant cet axe visaient en priorité à :

- Pérenniser les dispositifs d'aide spécifiques à la filière et à améliorer la lisibilité/accessibilité aux dispositifs génériques ;
- Obtenir un bilan de l'utilisation des guichets « planification écologique » et lancer une étude sur l'incidence du critère « TAA » pour l'AAP « rénovation des vergers » ;
- Prendre en compte le diagnostic logistique de filière et la feuille de route de décarbonation élaborés par Interfel pour les soutiens publics à venir ;
- Aboutir sur les travaux liés à l'anticipation des situations de crises (RNM/AMM).

Si l'action combinée d'Interfel et de certaines de ses organisations membres a finalement permis de débloquer les enveloppes financières attendues par les opérateurs économiques et d'engager une évaluation des dispositifs d'accompagnement, les attentes demeurent très fortes pour assurer la pérennité des financements.



### AXE C

#### Recherche, innovation, expérimentation et formation

L'axe C du plan vise à renforcer la recherche, l'innovation, l'expérimentation et la formation dans la filière fruits et légumes. La gouvernance a été consolidée en 2025 avec la mise en place du comité scientifique, le renforcement de la cellule d'animation et des échanges réguliers entre acteurs avec pour objectif principal de mieux structurer et valoriser les connaissances produites au service des opérateurs de la filière. Les actions ont ainsi porté sur la capitalisation des résultats, leur diffusion et leur intégration dans le plan de souveraineté. Un travail de cartographie des projets et des dispositifs a été engagé pour en améliorer la lisibilité et le développement de la formation continue spécifique à la filière a été encouragé pour accompagner les transitions.

Au travers d'une coanimation CTIFL-INRAE, l'objectif poursuivi a été d'œuvrer collectivement à la traduction opérationnelle de la feuille de route élaborée par le CPRIE et à la valorisation des travaux de la cellule d'animation au bénéfice de tous.

### AXE D

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

L'axe D vise à relancer la consommation de fruits et légumes dans un contexte de baisse récente des achats, notamment pour les fruits, et s'inscrit dans le contexte de la stratégie nationale alimentation, nutrition et climat (SNANC) à horizon 2030. L'objectif est d'agir sur l'accessibilité, l'éducation et l'environnement alimentaire.

Interfel a notamment poursuivi en 2025 la communication autour du programme « fruits et légumes à l'école » et a porté plusieurs demandes structurantes et prioritaires en lien avec ce dernier axe du plan, telles que :

- Bénéficier de soutiens publics pour des campagnes de communication sur les bénéfices nutritionnels et environnementaux des fruits et légumes ;
- Disposer de bilans quantitatifs et qualitatifs sur les actions des programmes « Mieux manger pour tous » et « Lait et Fruits à l'école » ainsi que des PAT ;
- Expérimenter l'affichage volontaire du Nutriscore pour nos produits selon des modalités simplifiées.

En parallèle du déploiement du Plan de Souveraineté Fruits et Légumes, la ministre de l'Agriculture a lancé le 8 décembre 2025 l'opération « le Grand Réveil Alimentaire », événement préfigurant les conférences de la souveraineté alimentaire prévues par

la loi d'orientation agricole de mars 2025. Après avoir rappelé la nécessité absolue de capitaliser sur les acquis du PSFL, Interfel a été particulièrement active au sein du groupe sectoriel fruits et légumes présidé par Laurent Grandin en portant 14 demandes

prioritaires constituant des prérequis pour assurer le succès de la démarche. Une task force rattachée à la commission économie a été mise en place en fin d'année pour suivre ces travaux et formuler des propositions concrètes.



Benoît Gilles  
(UNCGFL)  
Président  
Délégué



Jean-Louis  
Chapeyroux  
(FELCOOP)  
Président  
Exécutif



## COMMISSION DES COMITÉS RÉGIONAUX

## Une année de consolidation pour les Comités Régionaux

L'année écoulée marque une nouvelle étape dans la consolidation des Comités Régionaux d'Interfel. Après une phase de structuration et de montée en puissance, ils s'inscrivent désormais de manière plus affirmée au cœur de la vie de l'interprofession. Les interrelations avec les autres directions d'Interfel se sont renforcées, permettant une meilleure intégration des Comités Régionaux dans les travaux et les actions nationales, et une valorisation accrue de leurs initiatives sur les territoires. Cette dynamique collective contribue à renforcer la cohérence de l'action interprofessionnelle, tout en s'appuyant sur l'expertise de terrain des professionnels des Comités Régionaux.

Cette évolution s'accompagne d'un développement progressif des moyens. La dotation globale d'Interfel pour les Comités Régionaux connaît une légère progression et les équipes bénéficient désormais de l'appui de trois alternants au global, dont un mobilisé sur les enjeux d'attractivité de la filière et de ses acteurs. Ces renforts, ciblés et opérationnels, permettent de mieux accompagner les actions engagées et de répondre à des priorités partagées par l'ensemble de la filière.

La montée en puissance des Comités Régionaux rend par ailleurs indispensables des efforts accrus de structuration, d'organisation et de planification. Avec 7 comités désormais pleinement actifs, la coordination des travaux et le respect des obligations administratives nécessitent un cadre plus formalisé, parfois exigeant pour des associations de cette taille. Ces contraintes sont toutefois le reflet d'un fonctionnement qui se professionnalise

et d'une activité qui gagne en ampleur et en reconnaissance. Dans ce contexte, un équilibre attentif est recherché entre davantage de transversalité et de mutualisation, et la préservation de l'autonomie, de l'esprit d'initiative et des spécificités territoriales propres à chaque Comité. Cette diversité constitue une richesse essentielle du réseau. Elle s'accompagne aujourd'hui d'une visibilité renforcée, notamment sur les réseaux sociaux, et d'une reconnaissance accrue de l'activité des Comités Régionaux au sein d'Interfel. L'engagement des élus et des équipes permet ainsi aux Comités Régionaux de poursuivre leur développement, au service des territoires et de l'ensemble de la filière fruits et légumes frais.

### Présidents et vice-présidents des Comités Régionaux

**Interfel Auvergne-Rhône-Alpes**  
Président  
Régis Aubenas, FNPF  
Vice-président  
Christian Berthe, UNCGFL

**Interfel Centre-Val de Loire**  
Président  
Benoît Gilles, UNCGFL  
Vice-président  
Jérôme Brou, Légumes de France

**Interfel Hauts-de-France**  
Présidente  
Hélène Meli, FCD  
Vice-président  
Daniel Bouquillon, Légumes de France

**Interfel Île-de-France**  
Président  
Mickaël Dubois, Restau'Co  
Vice-président  
Jean Claude Guehennec, Légumes de France

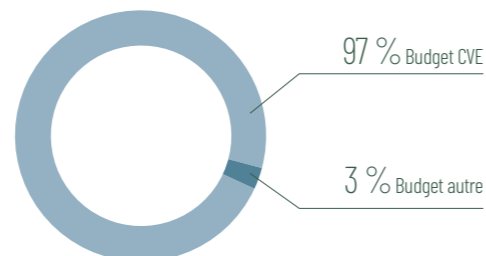
**Interfel Nouvelle-Aquitaine**  
Président  
Jean-Louis Chapeyroux, FELCOOP  
Vice-président  
Vincent Lacassagne, UNCGFL

**Interfel Occitanie**  
Président  
Éric Fabre, Saveurs Commerce  
Vice-président  
Pascal Levade, FNPF

**Interfel Provence-Alpes-Côte d'Azur**  
Présidente  
Sabine Alary, ANEEFEL  
Vice-président  
Tristan Arlaud, Coordination Rurale

## BUDGET TERRITOIRES 2025 RÉPARTITION PAR TYPE DE FINANCEMENT

Total réalisé	1 685 162 €
Budget CVE	1 628 355 €
Budget FAM	-
Subventions EU	-
Budget autre	56 807 €



## Présentation de la Commission des Comités Régionaux d'Interfel

La Commission des Comités Régionaux d'Interfel est une instance centrale dans la dynamique du réseau des comités. Elle constitue un espace privilégié d'échanges, de coordination et de réflexion entre les présidents et vice-présidents des Comités régionaux et les représentants des organisations professionnelles nationales. À mesure que les Comités se structurent et gagnent en maturité, la Commission voit son rôle et son format évoluer pour accompagner cette montée en puissance et renforcer la cohérence d'ensemble.

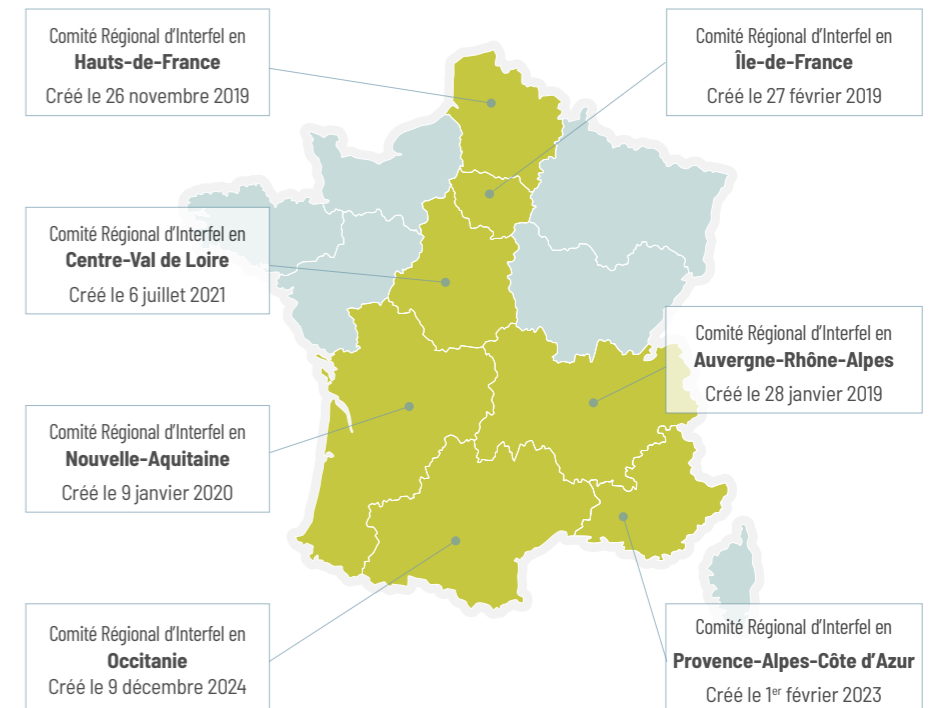
En 2025, la Commission s'est réunie à trois reprises, dont une en présentiel et deux fois en visioconférence. Ces temps ont permis de partager les programmes d'actions, de suivre les priorités communes et de consolider le lien entre les territoires et l'échelon national. Ils ont également mis en évidence la nécessité de faire évoluer le format de cette instance pour le rendre plus fluide et plus adapté à un réseau désormais composé de sept Comités Régionaux. Il a ainsi été convenu de favoriser des rencontres et échanges plus réguliers entre présidents et vice-présidents, pour renforcer la transversalité et la mutualisation des pratiques, ainsi que la co-construction des projets.

L'année a également été marquée par plusieurs temps forts illustrant la dynamique collective du réseau. À l'initiative du Comité Régional Interfel de Nouvelle-Aquitaine, un premier dîner des Comités Régionaux a été organisé dans le cadre du Salon International de l'Agriculture en 2025, avec la volonté de reconduire ce rendez-vous chaque année. Le lancement officiel du Comité Régional Interfel Occitanie, intervenu lors du Medfel en avril 2025, a également constitué un moment fédérateur, l'ensemble des Comités Régionaux étant présent pour accompagner cette étape importante.

Cette volonté de renforcer les liens entre les Comités Régionaux s'est traduite concrètement par l'organisation, en octobre 2025, d'une première action commune intitulée « Goût & Territoires - Les Comités Régionaux d'Interfel en action ». Cette initiative, destinée à valoriser la présence et l'engagement de la filière fruits et légumes frais dans les territoires, a permis de tester une démarche collective, appelée à être consolidée

et développée dans les années à venir, autour d'objectifs partagés et de cibles à préciser. Enfin, les travaux engagés sur l'attractivité de la filière se sont poursuivis au niveau national, en lien avec les familles membres d'Interfel, le CTIFL et les directions concernées d'Interfel. Ils doivent aboutir en 2026 à la définition d'une stratégie et d'un plan d'action partagés, destinés à renforcer la visibilité des métiers et des acteurs de la filière auprès de publics cibles à caractériser. Mais plusieurs outils sont d'ores et déjà disponibles

pour les actions dans les territoires. À travers ces travaux et ces échanges, la Commission des Comités Régionaux confirme son rôle structurant dans l'animation du réseau et dans le lien permanent entre les territoires, l'interprofession nationale et les familles. Elle accompagne l'évolution des Comités Régionaux vers un fonctionnement toujours plus coordonné, lisible et efficace, au service d'une action collective renforcée et d'une meilleure reconnaissance de leur contribution au sein d'Interfel.



## Interfel Auvergne-Rhône-Alpes 2025, un ancrage renforcé auprès des collectivités et des acteurs régionaux

En 2025, le comité régional Interfel Auvergne-Rhône-Alpes a poursuivi sa dynamique autour de quatre priorités : promouvoir les métiers et les compétences, fédérer les acteurs de la filière, valoriser les produits sur le territoire, communiquer et informer. Cette feuille de route continue de structurer l'action régionale, avec une attention particulière portée aux collectivités et au renforcement des liens avec les partenaires institutionnels.



### Deux conférences pour mieux outiller les collectivités

L'un des temps forts de l'année a été l'organisation, en début d'année, de deux conférences à destination des collectivités. Ces rendez-vous ont permis de présenter concrètement les outils proposés par Interfel pour la restauration hors domicile, tout en mettant en lumière le programme européen « Lait et Fruits à l'école ». Témoignages d'acteurs de terrain, retours d'expérience et interventions d'Aprifel sont venus nourrir les échanges afin d'apporter des repères utiles aux participants. À travers ces conférences, le comité a cherché à créer du dialogue, à partager des solutions mobilisables et à mieux faire connaître les leviers existants pour favoriser la consommation de fruits et légumes frais dans les politiques alimentaires locales.

### Le programme "Lait et Fruits à l'école", un axe fort en région

Le programme « Lait et Fruits à l'école » s'est affirmé en 2025 comme un axe important du travail du comité en Auvergne-Rhône-Alpes. Tout au long de l'année, un effort particulier a été mené pour le faire connaître, en améliorer la compréhension et en encourager l'appropriation par les acteurs concernés. Le comité l'a valorisé lors de différents temps forts et rendez-vous, notamment à l'occasion des conférences organisées en région, du Salon International de l'Agriculture, du SIRHA et des échanges conduits avec la Région et plusieurs partenaires. Cette démarche de pédagogie et de sensibilisation poursuit un objectif clair : inciter à un recours

plus large au dispositif et rappeler qu'il constitue un levier concret pour soutenir une meilleure consommation de fruits et légumes frais.

### Un lien renforcé avec le Conseil régional

L'année 2025 a également été marquée par un renforcement très net des liens avec le Conseil régional Auvergne-Rhône-Alpes. La Région a accueilli l'une des conférences organisées par le comité, donnant un écho particulier à cette volonté de sensibilisation auprès des collectivités. En juin, à l'occasion de l'assemblée plénière, les administrateurs se sont mobilisés pour aller à la rencontre des 200 élus régionaux. Cette action a permis de proposer des fruits de saison, de



**Régis Aubenas,**  
Président du  
Comité Régional  
Interfel Auvergne  
Rhône-Alpes

*L'année 2025 a confirmé la solidité du travail engagé par le comité en région. Elle nous encourage à poursuivre dans cette voie, à élargir encore notre représentativité et à affirmer davantage notre rôle auprès des institutions sur des sujets clés comme l'accessibilité des fruits et légumes frais et la valorisation de la filière.*

présenter Interfel, ses missions et les outils qu'elle met à disposition, et d'engager des échanges directs avec les décideurs régionaux. Dans cette même dynamique, le vice-président délégué à l'agriculture, Olivier Amrane, a été accueilli sur le marché de gros de Lyon-Corbas pour un temps de visite et de dialogue au plus près des réalités de la filière. Ces initiatives traduisent une volonté forte d'inscrire dans la durée une relation utile et constructive avec la Région.

### Faire découvrir les métiers et préparer la suite

Enfin, le comité a poursuivi plusieurs actions autour des métiers et des compétences, avec la volonté d'aller à la rencontre de nouveaux publics et de mieux faire connaître la diversité des parcours de la filière. Les journées « Du champ à l'assiette », le webinaire organisé avec France Travail, les vidéos « Jamais trop fiers », le Parcours du goût ou encore la participation à la rencontre régionale « Parlons agriculture toute l'année » ont permis de sensibiliser des jeunes, des chercheurs d'emploi et différents relais. Ces actions ouvrent également des perspectives de travail pour les années à venir, dans un contexte où le besoin de mieux faire connaître les professions et les savoir-faire reste particulièrement fort.



## Interfel Centre-Val de Loire : en 2025, une présence renforcée au service de la filière

En 2025, Interfel Centre-Val de Loire a franchi une nouvelle étape dans son ancrage régional. Déploiement des actions dans les collèges, visibilité médiatique en hausse, dialogue renforcé avec les décideurs et premières prises de parole sur l'orientation : le comité a consolidé sa place dans le territoire en faisant davantage connaître la filière fruits et légumes frais, ses enjeux et ses acteurs.

### Développer la filière au plus près des territoires

En 2025, le comité régional Interfel Centre-Val de Loire a poursuivi son développement avec une ligne directrice claire : faire davantage exister la filière fruits et légumes frais dans le paysage régional, en multipliant les occasions de rencontre, de pédagogie et de dialogue. Cette dynamique s'est traduite par des actions concrètes auprès des collégiens, une communication plus visible, des relations institutionnelles consolidées et de premières initiatives plus affirmées autour de l'attractivité des métiers.

Le premier marqueur fort de l'année a été la poursuite et l'amplification des interventions dans les collèges. Au total, 23 actions ont été conduites. Par leur déploiement dans plusieurs départements, ces interventions confirment la capacité du comité à inscrire son action dans la durée et à créer des liens concrets avec les territoires. Elles permettent aussi de faire découvrir aux jeunes la diversité des fruits et légumes frais, leur saisonnalité, le goût, mais aussi les acteurs qui composent la filière.

### Une visibilité renforcée dans les médias

L'année 2025 a également marqué une progression nette de la visibilité du comité. La stratégie de relations presse a produit des résultats tangibles, avec 98 retombées presse, soit 30 % de plus qu'en 2024. Cette hausse traduit une meilleure présence dans les médias régionaux et une reconnaissance croissante du comité comme interlocuteur sur les sujets liés aux fruits et légumes frais. Au-delà du chiffre, ces retombées ont permis de mieux relayer les actions menées en région, de donner de l'écho aux messages portés par la filière et d'installer plus durablement le Comité Interfel Centre-Val de Loire dans le débat public régional.

### Faire entendre la voix de la filière

Autre dimension importante de l'année : le renforcement du dialogue avec les institutionnels et les décideurs. Les 11 rencontres organisées en début d'année avec les têtes de réseau, à l'occasion des vœux, ont constitué un premier temps fort. Cette présence s'est prolongée au Salon International de l'Agriculture, au Congrès des maires du Loiret et aux Assises régionales



de l'alimentation. S'y ajoutent plusieurs visites de terrain particulièrement structurantes, comme la visite du MIN de Rungis avec une délégation de la DRAAF et des services de l'État, ainsi que les visites avec les députés Richard Ramos et Marc Fesneau. En donnant à voir concrètement les réalités de la filière, ces temps d'échange permettent de nourrir le dialogue avec les pouvoirs publics et de mieux faire entendre les enjeux de la filière.

### Mieux faire connaître les acteurs

Enfin, 2025 a ouvert une séquence nouvelle sur la question de l'attractivité. Le comité a poursuivi le travail engagé avec les autres filières régionales, la Région et la DRAAF, notamment autour d'un kit pédagogique présentant les métiers de

l'agriculture destiné aux collégiens. Mais l'un des faits marquants de l'année reste sa première participation à trois Nuits de l'Oriental, à Chartres, Blois et Orléans. Cette présence constitue une étape importante : elle permet d'aller à la rencontre de jeunes, de familles et de publics en réflexion sur leur avenir professionnel, pour mieux faire connaître la diversité des débouchés et des parcours dans la filière fruits et légumes frais.

Par la complémentarité de ces actions, le Comité Interfel Centre-Val de Loire a confirmé en 2025 sa capacité à fédérer, à représenter et à faire rayonner la filière dans la région, avec une présence plus lisible, plus concrète et plus engagée.



**Benoit Gilles,**  
Président du  
Comité Régional  
Interfel Centre-  
Val de Loire

*Le comité s'est attaché à toujours mener des actions au plus près du terrain, des consommateurs et de la filière, pour répondre à l'enjeu de santé de public que constitue la consommation de nos produits.*

## Interfel Hauts-de-France 2025 : une année pour structurer l'action et renforcer l'impact du Comité en région

L'année écoulée a marqué une étape importante dans la structuration et la visibilité du Comité régional : plusieurs initiatives ont permis de consolider le rôle du Comité comme acteur engagé au service de la filière des fruits et légumes frais dans les Hauts-de-France.



### Une stratégie de communication pour renforcer la visibilité du Comité

Le Comité, à travers son Groupe de Travail, a formalisé sa stratégie communication avec un plan d'actions déployé sur un an et demi. Afin d'inscrire les prises de paroles du Comité dans la durée, une alternance en communication a été recrutée.

Dans ce cadre, les relations presse ont été développées de manière proactive, générant plusieurs retombées médiatiques. La Présidente, Hélène Méli, a notamment été sollicitée pour des interviews en direct, contribuant à porter la voix de la filière et à sensibiliser aux enjeux de consommation de fruits et légumes frais. Le Comité a également contribué à l'accueil d'une trentaine de journalistes du média professionnel FreshPlaza sur le Marché de gros, favorisant les échanges avec les professionnels et renforçant la visibilité de la filière.

Parallèlement, la présence du Comité sur LinkedIn s'est intensifiée, avec une progression régulière du nombre d'abonnés et des impressions. Les

publications ont permis de valoriser les actions menées, d'éclairer les enjeux de consommation et de relayer les initiatives structurantes auprès d'un public élargi, également mises en avant dans les newsletters d'Interfel.

### Renforcer le dialogue avec les institutions du territoire

Le Comité a également poursuivi le développement de ses relations avec les institutions du territoire. Pour la première fois, il a participé au Congrès des maires du Nord le 25 septembre. Cette présence a constitué une opportunité de promouvoir le Programme Lait et Fruits à l'École et d'échanger avec de nombreux élus et représentants de l'État sur les enjeux de consommation de fruits et légumes frais.

Dans cette dynamique, le Comité a organisé un événement tripartite le 13 octobre à la DRAAF Hauts-de-France, en partenariat avec le Conseil régional. Cette rencontre a permis d'aborder les enjeux de consommation, de rappeler l'importance de l'éducation à l'alimentation et de donner la parole à des professionnels engagés dans le Programme Lait et Fruits à l'École.

Organisé dans un cadre institutionnel de référence, cet événement a contribué à renforcer la reconnaissance du Comité comme interlocuteur

structurant du territoire sur les questions de consommation et d'éducation alimentaire.

### Des administrateurs mobilisés pour nourrir la dynamique collective

Dans la continuité du séminaire « feuille de route » organisé en 2024, le Comité a souhaité pérenniser ce temps d'échanges en proposant un séminaire annuel dédié à ses administrateurs. Malgré des températures estivales particulièrement élevées, les administrateurs ont répondu présents pour ce rendez-vous qui a permis de faire le point sur les actions engagées et de partager les priorités pour les mois à venir, tout en renforçant la cohésion du collectif.

Le séminaire a notamment été marqué par une présentation du rôle et des missions du CTIFL. La Direction Économie Filière a fait une intervention consacrée aux comportements et facteurs de consommation, apportant un éclairage précieux pour les travaux du Comité.

La journée s'est conclue par la visite du Campus Fruits Rouges, exemple d'innovation et de résilience d'un acteur de la filière dans la région.

Ces différentes initiatives illustrent la dynamique engagée par le Comité pour renforcer son action au service de la filière et de la consommation de fruits et légumes frais dans les Hauts-de-France.



**Hélène Méli,**  
Présidente  
du Comité Interfel  
Hauts-de-France

Grâce à la disponibilité des administrateurs bénévoles engagés pour valoriser notre filière, nous avons vécu une année riche, qui a développé notre légitimité dans la région. En route pour 2026 !

## Interfel Île-de-France, représenter et valoriser la filière auprès de ses interlocuteurs franciliens

L'année 2025 a marqué une étape importante pour le Comité Interfel Île-de-France, avec la concrétisation d'actions engagées depuis plusieurs années et la mise en œuvre de la feuille de route définie fin 2024.



### Nouvelle Présidence pour le Comité

Après 4 années, Eric Moreau a quitté le Comité fin décembre car ses nouvelles fonctions l'éloignaient de la filière des fruits et légumes. Il laisse sa place à Mickaël Dubois pour poursuivre la feuille de route avec toute l'équipe en place.



**Mickaël Dubois,**  
Président du  
Comité Régional  
Interfel Île-  
de-France

C'est honnêtement une grande fierté pour moi d'être élu président. Je compte sur vous pour m'accompagner, me conseiller et être à mes côtés.

### La consolidation du Comité régional

Elle s'est traduite par un renforcement de l'expertise collective, grâce à une meilleure connaissance des Organisations Professionnelles Nationales, à des visites de terrain, à la tenue de l'Assemblée générale avec une intervention sur l'IA. Mais le point fort a été la présentation de données clés mettant en évidence l'écart entre production francilienne et consommation régionale.

### Les relations institutionnelles

Sur le plan institutionnel, le Comité a confirmé sa place d'interlocuteur reconnu en Île-de-France, notamment lors du Salon International de l'Agriculture, à travers des échanges de haut niveau avec les élus et services de l'État. Plusieurs actions structurantes ont été menées, en particulier autour de la logistique, de l'animation des PAT, de la coopération avec l'Institut Paris Région et du développement de projets éducatifs et territoriaux. Mais l'action clé portée par le Comité depuis 2024 est l'arboriculture et son

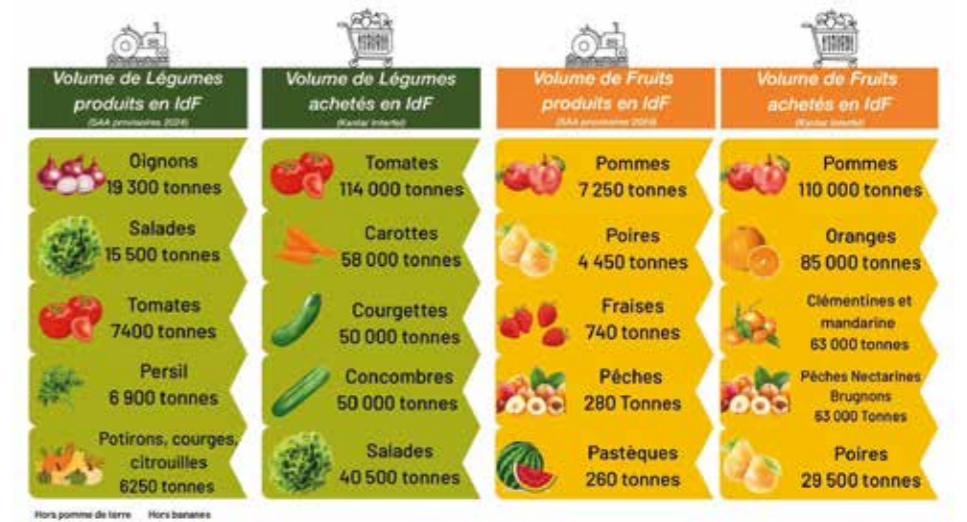
maintien en Île-de-France. Le Comité a sensibilisé la Région et les départements permettant de les alerter et de les accompagner sur la mise en place de dispositifs financiers, éducatifs, informationnels.

### Le développement de la communication

En matière de communication, le Comité a renforcé sa visibilité, notamment via LinkedIn, l'accompagnement d'une agence de relations presse et des actions ciblées lors d'événements régionaux. Il a également poursuivi son rôle d'ambassadeur de la filière, à travers la remise des prix des Talents Fruits et Légumes et le déploiement du programme Lait et Fruits à l'École.

### Colloque 2025 « souveraineté alimentaire des fruits et légumes frais en Île-de-France : quels sont les défis ? »

Temps fort de l'année, le colloque régional 2025 a illustré la capacité du Comité à porter des réflexions stratégiques en lien direct avec les travaux nationaux d'Interfel. Réunissant acteurs de la filière, élus et experts, il a permis d'aborder les évolutions des comportements de consommation, les enjeux logistiques franciliens et la nécessité de structurer des filières solides et pérennes. La qualité des échanges et la couverture médiatique ont renforcé la visibilité de la filière au niveau régional.



**Eric Moreau,**  
Président du  
Comité Régional  
Interfel Île-  
de-France

Notre force, c'est la diversité et la complémentarité de nos agricultures, familiales, coopératives, de grands groupes, bio ou conventionnelles. Cette pluralité n'est pas une contrainte, c'est un atout stratégique pour la souveraineté alimentaire francilienne.

## Interfel Nouvelle-Aquitaine : retour sur une 6<sup>ème</sup> année au service de la filière des fruits et légumes frais !

De nouvelles opportunités d'actions saisies et mises en œuvre tandis que d'autres font désormais partie du socle et des fondations... que de chemin parcouru depuis la création du Comité régional Nouvelle-Aquitaine !

### L'humain au cœur de l'action du Comité régional Nouvelle-Aquitaine

Quels ont été les temps forts de l'année 2025 ? Quoi de plus logique et légitime que de poser la question à celles et ceux qui se mobilisent tout au long de l'année pour faire vivre et agir le Comité régional Nouvelle-Aquitaine !

La parole est donnée aux administratrices et administrateurs d'Interfel Nouvelle-Aquitaine qui reviennent ici sur les actions qui les ont le plus marquées en 2025 !

Pour Jean-Louis Chapeyroux, président « Je retiens deux actions phares en 2025 : la plénière de l'assemblée générale « Eduquer et communiquer pour mieux s'alimenter » et le Festival International de Journalisme de Couthures-sur-Garonne ».

Pour Laure Bonvila, secrétaire « En 2025, j'ai été marquée par l'implication, la cohésion et le dynamisme des acteurs du Comité régional : aussi bien lors des réunions du Bureau et du Conseil d'administration, qu'au niveau national lors du Salon International de l'Agriculture à Paris où nous avons pu échanger avec les administrateurs des autres Comités régionaux d'Interfel ».

### Des actions qui s'inscrivent dans l'ADN du Comité régional Nouvelle-Aquitaine, quelques illustrations...

• Rendez-vous désormais incontournable pour les entreprises de la filière et les contacts institutionnels du Comité régional : la plénière annuelle, réunie dans la foulée de l'assemblée générale statutaire, qui en 2025, a abordé le thème de l'éducation et de la consommation de fruits et légumes.

• Rencontrer ensemble des entreprises de la filière sur le territoire : un temps fort pour les administrateurs qui en 2025 ont visité une exploitation de production de légumes dans les Landes, une station d'expédition dans le Lot-et-Garonne et une plateforme de grande distribution en Charente.

• Bien identifié comme interlocuteur et représentant de la filière des fruits et légumes frais sur le territoire, le Comité régional Nouvelle-Aquitaine a confirmé son engagement en signant la prolongation du Pacte Alimentaire Nouvelle-Aquitaine lors du CORALIM aux côtés des têtes de réseau de l'écosystème agri-agro néo-aquitain.

### Mais aussi des actions mises en œuvre pour la première fois en 2025

• Programme VIE-NA ou « Valoriser Interfel et ses outils auprès des Entreprises de la filière en Nouvelle-Aquitaine » ou comment faire découvrir aux cotisants la diversité des ressources et outils qu'Interfel met en place pour les accompagner au quotidien ! C'est dans cet état d'esprit que le Comité régional est allé à la rencontre des acteurs de la Grande Distribution lors du salon multi enseignes des produits régionaux à Bordeaux en septembre, à la rencontre des grossistes et détaillants fruits et légumes sur le MIN de Brienne à Bordeaux en octobre puis à celle des acteurs de la restauration collective lors des 10<sup>èmes</sup> rencontres de la restauration collective à Angoulême en novembre.

• À l'invitation de l'Agence de l'Alimentation Nouvelle-Aquitaine, le Comité régional Nouvelle-Aquitaine a mis pour la première fois un pied au Festival International de Journalisme de Couthures-sur-Garonne (47). Une vraie réussite que ce soit auprès de la cible institutionnelle que du grand public !



Jean-Louis Chapeyroux, président du Comité Régional Interfel Nouvelle-Aquitaine

*Au fil des années, la légitimité d'Interfel en Nouvelle-Aquitaine se renforce. Son comité régional est, sans conteste, reconnu comme interlocuteur fiable et compétent au niveau institutionnel pour représenter et défendre les intérêts de la filière à l'amont comme à l'aval.*



## Interfel Occitanie 2025 : année de structuration et des premières actions territoriales

L'année 2025 marque pour Interfel Occitanie bien davantage qu'un démarrage administratif : elle ouvre une dynamique collective, visible et structurée, au service de la filière fruits et légumes en région. Entre lancement officiel au Medfel, construction de la feuille de route, premiers rendez-vous institutionnels et déploiement des premières actions, le comité régional a posé les fondations d'une présence appelée à compter durablement dans le paysage occitan. Et ce, dès sa première année active.



Dans le même temps, Interfel Occitanie a choisi de construire sa feuille de route avec méthode et dans la durée. Ce choix traduit une conviction forte : avant d'agir vite, il faut d'abord se connaître et bâtir des priorités communes. Accompagné par le cabinet ConvictionsRH, le comité a engagé un travail en plusieurs étapes, associant entretiens avec les administrateurs, questionnaires en ligne et un séminaire de travail les 7 et 8 septembre. D'octobre à décembre, cette feuille de route a ensuite été présentée à la Commission des comités régionaux, ainsi qu'aux partenaires et acteurs publics. Au-delà du document produit, cette démarche a permis de faire vivre le collectif et de poser un cadre partagé pour la suite.

### Le temps de la mise en place administrative et de l'interconnaissance

Cette année fondatrice a également été celle de la mise en place administrative et opérationnelle de la structure : déclaration en préfecture, démarches d'immatriculation et fiscales, ouverture du compte bancaire, installation d'un bureau au MIN de Toulouse... Huit réunions de bureau, deux conseils d'administration et des échanges réguliers avec les administrateurs ont permis d'assurer un pilotage continu et de faire monter en puissance la structure.

### Deux temps forts fondateurs et structurants

Le lancement officiel du comité régional au Medfel, les 23 et 24 avril à Perpignan, a constitué le premier grand rendez-vous public. Pensé comme un moment de visibilité et de rassemblement, cet événement s'est déployé en deux séquences : une prise de parole lors de l'inauguration du salon, en présence des élus, puis une soirée réunissant entreprises de la filière, partenaires et presse. Les présidents Daniel Sauvaitre et Éric Fabre y ont rappelé le sens de la création d'Interfel Occitanie, le poids de la filière des fruits et légumes frais en région, les familles adhérentes et les administrateurs, ainsi que les grandes orientations appelées à guider l'action du comité.



Éric Fabre, président du Comité Régional Interfel Occitanie

*Un comité ne vit que grâce à l'implication de ses administrateurs, et chez nous l'engagement est bien réel ; un grand merci à eux ! 2025 a été pour Interfel Occitanie une première année de fonctionnement riche, engagée, passionnante, et profondément tournée vers l'humain.*

## Interfel Provence-Alpes-Côte d'Azur : une dynamique collective au service des fruits et légumes frais

Trois ans après son lancement en février 2023, le comité régional Interfel Provence-Alpes-Côte d'Azur confirme sa place dans le paysage agricole régional. Multipliant rencontres, partenariats et actions de terrain, l'interprofession s'affirme comme un acteur de dialogue et de valorisation de la filière fruits et légumes frais. Entre événements emblématiques, mobilisation lors des crises produits et échanges avec les territoires, le comité fédère les acteurs et rapproche producteurs, professionnels et consommateurs.

En 2025, sous l'impulsion de sa présidente Sabine Alary et l'engagement de ses administrateurs, le comité régional Interfel Provence-Alpes-Côte d'Azur a poursuivi son engagement en faveur de la valorisation de la filière fruits et légumes frais, en mettant en avant son poids socio-économique et en renforçant les échanges à l'échelle régionale et nationale.

L'année a été marquée par plusieurs alertes régionales concernant le melon, la tomate cerise, la salade, et le raisin de table. Ces situations ont donné lieu à des rencontres et des échanges avec les services de l'État et les acteurs des marchés d'intérêt national, AOP nationales et opérateurs de la filière, notamment à Châteaurenard, permettant la validation d'un mécanisme de la cotation salade type mercuriale de référence, ainsi que l'ouverture d'une réflexion sur la création d'une section salade en région, avec l'appui de la FDSEA des Bouches-du-Rhône.

Une réunion amont/aval pour dynamiser la fin de campagne raisin de table 2025 et anticiper celle de 2026, organisée par la demande de la Préfecture de Vaucluse par la Direction départementales des territoires et l'AOP raisin s'est tenue en septembre avec la participation de 5 administrateurs du comité régional.

### L'attractivité des métiers comme sujet d'avenir

Les échanges institutionnels autour du programme « Lait et fruits à l'école » se sont poursuivis, en particulier lors du Salon des maires du Vaucluse où 47 contacts institutionnels ont pu être établis. En parallèle, des travaux ont été engagés sur les problématiques d'emploi et de formation afin de renforcer l'attractivité des métiers de la filière en partenariat avec les acteurs du territoire notamment Plusieurs actions ont ainsi été menées avec le L'Actium Grand Marché de Provence, des établissements scolaires et des partenaires professionnels, pour promouvoir notamment le CAP Primeur.

Dans une volonté de sensibiliser le grand public à la consommation de fruits et légumes frais, et de renforcer les liens institutionnels, le comité régional Interfel Provence-Alpes-Côte d'Azur a participé

à de nombreux événements majeurs : Live des Côtes du Rhône à Avignon, Festival d'Avignon, manifestations autour lancement de la 1<sup>ère</sup> fête de IGP Melon de Cavaillon, Finale du championnat de France du barbecue, Fête du citron et salon international de l'agrumes à Menton, Fête de la Nature à Bollène, 60 ans du MIN de Cavaillon, Salon des Agricultures de Provence ou encore Salon International de l'Agriculture à Paris. La mise en place d'un partenariat avec la municipalité de Bollène, appuyé par les Jeunes agriculteurs de Vaucluse, a permis l'accès aux étapes vauclusiennes du tour de France 2025 ! Ces actions ont permis de sensibiliser plus de 5 000 personnes autour des recettes Interfel, du programme « Lait et fruits à l'école », des productions locales et des enjeux de consommation.

### Maillage institutionnel fort

Le comité régional Interfel Provence-Alpes-Côte d'Azur a enfin développé de nombreuses passerelles avec ses partenaires professionnels et

interprofessionnels, parmi lesquels le CTIFL, Actium Grand Marché de Provence, le Criel, la Semae ainsi que les comités régionaux Interfel Auvergne-Rhône-Alpes et Occitanie et Nouvelle Aquitaine, notamment au travers de leurs participations conjointes à des journées nationales (adaptation au changement climatique, commerce de gros). Ces passerelles ont débouché sur l'implication du comité régional dans l'élaboration, avec divers acteurs régionaux de la filière, de deux projets soumis à l'examen de financement européen du programme Feader. Dès 2025, ces collaborations ont fixé notamment les premiers jalons des travaux sur le Plan de souveraineté alimentaire et les perspectives, notamment commerciales, liées aux JO 2030. Enfin, soucieux de poursuivre son engagement au plus proche du territoire, le comité régional a poursuivi ses rencontres avec les acteurs au travers des animations en point de vente tout au long des divers plans de communication d'Interfel, et lancé en janvier 2025 sa page LinkedIn (49 publications et 370 abonnés).



Sabine Alary, présidente du Comité Régional Interfel Provence-Alpes-Côte d'Azur

En Provence-Alpes-Côte d'Azur, la filière fruits et légumes s'appuie sur une diversité de territoires et de savoir-faire exceptionnels. Notre rôle est de créer du lien entre professionnels, territoires et consommateurs pour valoriser notre filière et construire ensemble son avenir.



Actions des diététiciens

## 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.

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.



### LES CHIFFRES CLÉS

314 770

personnes sensibilisées directement

2 440

actions menées partout en France

728

menus « Jamais Trop économes » élaborés

### AU PLUS PRÈS DES MILLÉNIALS !

A travers la campagne de communication « Jamais trop » et ses déclinaisons en temps forts, les diététiciens ont sensibilisé 194 000 millénials sur l'année.

Pour chacun des temps forts 2025, 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...

**Au printemps, les tartes, c'est du gâteau pour le Réseau Diets !**

Sur la période d'avril à mai, le réseau a démontré

que la tarte était LA solution facile pour cuisiner et manger des fruits et légumes frais.

Les diététiciens ont proposé aux convives de RHD d'entreprises et aux clients de primeurs de nouveaux quiz et des dégustations gourmandes spécialement conçus autour de l'univers de la tarte. Le réseau a également invité les millénials à mettre la main à la pâte lors d'ateliers culinaires conviviaux organisés dans leurs entreprises ou dans des lieux de coworking. Une approche consistant à leur montrer, à travers de nombreuses astuces et conseils, que la tarte, qu'elle soit sucrée ou salée, a le mérite d'être facile, rapide à préparer et économique : de quoi les convaincre de la cuisiner de nouveau à la maison !

### LA CAMPAGNE « JAMAIS TROP TARTE » EN CHIFFRE

285

animations

Près de 46 000

adultes de 25 à 49 ans rencontrés

### Un mois de juin haut en couleurs !

Le mois de juin a vu les actions du réseau se teinter de multiples couleurs avec le retour du temps fort « Jamais trop fiers » célébrant la diversité des

fruits et légumes.

L'occasion pour les convives de RHD d'entreprises de participer au « jeu Arc-en Ciel », une nouvelle animation spécialement conçue par le réseau pour approfondir leurs connaissances sur les fruits et légumes frais.

Côté primeurs, les clients ont pu déguster les « tartines Rainbow » proposées par des diététiciens leur délivrant conseils avisés pour leur permettre de reproduire facilement ces recettes à la maison.

### CETTE OPÉRATION A RENCONTRÉ UN VÉRITABLE SUCCÈS POUR LA 3<sup>E</sup> ANNÉE CONSÉCUTIVE AVEC :

240

animations réalisées

38 100

millennials sensibilisés

### Été et convivialité pour le Réseau Diets !

Sur la période estivale, en mode détente, le public s'est montré réceptif aux activités proposées par le réseau : jeux concours, ateliers culinaires, dégustations.

A cette occasion, les diététiciens leur ont fait découvrir des recettes de street food revisitées et simples à reproduire, à base de fruits et légumes frais.

Cette saison fut propice à de nombreux échanges avec les vacanciers sur les festivals (Cognac Blues Passions (16), Color Festival (14) ...), fêtes d'été (Fête de l'Agriculture (44), Foire à l'Ail (63), étapes du Tour de France (49) ...), bases de loisirs, primeurs, marchés, campings, aires d'autoroute.



### UN SUCCÈS ESTIVAL AVEC :

280

jours d'animation

52 330

personnes sensibilisées aux fruits et légumes frais

### « Jamais trop » de rencontres avec les diététiciens !

D'avril à octobre, les diététiciens ont accompagné le traditionnel « Roadshow des fruits et légumes frais » organisé par Interfel.

Le public-cible est venu les rencontrer autour du foodtruck ou de la cuisine mobile sur les nombreux festivals de musique : Les Eurockéennes (90), Garorock (47), Terres du Son (37), Delta festival (13)... et sur les événements phares qui ont ponctué l'année 2025 : Terres de Jim (76), la Foire de Châlons (57), Lille Street Food Festival (59) et bien d'autres !

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

### Avec le Réseau, on glisse vers l'hiver sur des planches Jamais trop mixtes !

La fin d'année était placée sous le signe de la convivialité pour des consommateurs invités par le réseau à revisiter la traditionnelle planche apéro en y intégrant fruits et légumes pour qu'elle devienne vraiment mixte.

Les convives de RHD d'entreprises et les clients de primeurs ont pu bénéficier de conseils de diététiciens et repartir avec des idées de planches à reproduire facilement à la maison.

Toujours au plus proche des millénials, le réseau a également proposé des ateliers de cuisine directement sur leurs lieux de travail. Une approche conviviale et inspirante consistant à constituer sa propre planche en intégrant les fruits et légumes frais selon sa créativité.



### LES CHIFFRES CLÉS

155

animations sur l'ensemble du temps fort

Près de

18 400

adultes de 25 à 49 ans rencontrés

### 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 463 interventions et sensibilisé près de 44 000 enfants.

Le réseau a 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.

Les diététiciens ont joué un rôle central dans l'approche pédagogique de la campagne, notamment lors des 3 événements majeurs des animations dans les territoires : Rouen à Table (76), La Ferme s'Invite (86) et Ferme Expo (37).

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 !

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 2025, l'opération « Booste ton petit déjeuner » a de nouveau été déployée en tant que mesure éducative du programme ELFE (Enseigner les Légumes et Fruits auprès des Élèves) proposé par Aprifel.

Cette action a fait partie des accompagnements pédagogiques entrant dans le cadre du programme européen « Fruits et Légumes à l'École ».

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 :

411

jours d'intervention en France métropolitaine

41 500

enfants du CP au CM2 sensibilisés à un petit déjeuner équilibré

#### Côté Santé

D'avril à novembre, les diététiciens du réseau étaient présents aux côtés d'Aprifel pour animer les ateliers proposés lors d'événements sportifs (Ruée des Fadas, Frappadingue, Ekiden...) entrant dans le cadre du programme européen « Good Move ».

L'objectif de ce programme est d'augmenter la part des fruits et légumes frais dans les habitudes de consommation des 18-34 ans, tout en les rendant plus actifs et moins sédentaires.



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 au printemps, puis à l'automne, aux côtés des bénévoles de l'association pour déployer un atelier cuisine co-construit avec Aprifel.

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

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

61

interventions

3 490

adultes sensibilisés à une alimentation équilibrée

### UNE COLLABORATION CONSTANTE AVEC LES COMITÉS RÉGIONAUX D'INTERFEL

En lien avec les délégués régionaux, les diététiciens sont intervenus sur des actions spécifiques émanant des feuilles de route de chaque Comité. Quelques actions phares de l'année 2025 :

• Interfel Centre-Val de Loire - action déployée au sein de 23 collèges de la région.

Les collégiens ont pu découvrir acteurs de la filière et saveurs des F&L. A travers des ateliers sensoriels, les diététiciennes du secteur les ont sensibilisés à la diversité des F&L. Près de 8 000 élèves ont été sensibilisés.

• Interfel Hauts-de-France - passage du Tour de



France dans la région.

Au siège du département du Nord, à Lille, le réseau des diététiciens d'Interfel était présent auprès du Comité pour proposer aux 200 agents départementaux présents, une animation originale mêlant sensibilisation, échanges avec les acteurs de la filière et ateliers ludiques autour de la consommation de fruits et légumes frais.

• Interfel Nouvelle Aquitaine - 7<sup>e</sup> Journée Lycéenne sur l'alimentation durable :

Cette journée d'échanges, organisée par la région Nouvelle Aquitaine, en partenariat avec le Rectorat et la DRAAF, a rassemblé les élèves de 17 lycées à Nérac où une diététicienne du réseau est intervenue autour du thème « santé et alimentation ».

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

• Les menus « Jamais Trop Économe » : idées de menus équilibrés, économiques et gourmands élaborés pour chaque jour de la semaine par les diététiciens, publiés sur le site lesfruitsetlegumesfrais.com et les réseaux sociaux d'Interfel.

• Le « Mot de la diet » à retrouver chaque mois dans les CP tendances : conseils et astuces autour des fruits et légumes du moment.

• Une expertise sur le Salon de l'Agriculture : quiz, animations avec 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.

5 lauréats 2024 ont bénéficié d'une animation adaptée à leur point de vente, délivrée par un diététicien d'Interfel. Sur l'ensemble des magasins, environ 200 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 de lancement des campagnes de communication : événements « Jamais trop Street » et « Jamais trop Économe » dédiés à la presse et aux influenceurs, au cours desquels les participants ont pu échanger avec une diététicienne autour de conseils pratiques et accessibles.

# COMMISSION COMMUNICATION



Olivier Lemouzy (ANEEFEL) Président délégué



Grégory Chardon (FNPF) Président exécutif



Commission Communication

## Édito des présidents de la Commission Communication, une stratégie efficace qui s'appuie sur un capital communication solide

En avril 2025, les membres de la Commission Communication se sont réunis au cours d'un séminaire de deux jours, pour confirmer leur vision commune et les orientations stratégiques dans l'objectif de favoriser la consommation des fruits et légumes frais. Après une analyse du contexte de marché et des enjeux sociétaux actuels, l'ensemble des participants ont réaffirmé la nécessité de poursuivre les actions selon le concept créatif "Les Fruits et Légumes Frais, c'est Jamais Trop", véritable marque ombrelle, qui s'appuie sur une déclinaison 360° afin d'en faire un réflexe culturel pour chaque moment de consommation.

Un travail en profondeur a été effectué sur les cibles à adresser afin de maintenir les efforts vers les publics sous-consommateurs, tout en accentuant notre présence au plus près de l'acte d'achat avec des actions sur l'ensemble du territoire. Ainsi au cours de l'année 2025, les fruits et légumes frais ont occupé le terrain et les médias pour dynamiser leur consommation, autour de cinq temps forts. Les campagnes de publicité en TV, radio, affichage, cinéma et réseaux sociaux ont permis de toucher 21 millions de français de 25 à 49 ans. Dans les points de vente et restaurants collectifs scolaires ou d'entreprise, 1 350 animations se sont déroulées dans toute la France permettant de sensibiliser plus de 150 000 personnes.

La tournée « Jamais Trop » a sillonné les territoires à la rencontre du public dans les festivals avec près de 100 jours d'actions animés par le réseau des diététiciens permettant de toucher 70 000 personnes. L'année a aussi été très favorable au développement des relations publiques et presse, notamment lors du Salon de l'Agriculture. La Commission Communication a poursuivi son action sur les canaux digitaux avec le déploiement de la stratégie d'influence terrain ainsi que la

production régulière de contenus pour les sites internet et réseaux sociaux. Elle a également soutenu la poursuite des actions en faveur des produits bio avec le lancement d'un spot dédié aux fruits et légumes bio, décliné de la campagne générique de l'Agence Bio : "C'est Bio la France".

### Des professionnels mobilisés pour valoriser la filière et les bonnes pratiques agricole

Les membres de la Commission Communication ont assuré plusieurs salons permettant de donner plus de visibilité à la filière : le SIRHA en janvier, salon majeur où se rencontrent les acteurs de la restauration et de l'hôtellerie ; le SIA en février, véritable opportunité de promotion de la filière auprès du grand public, des différentes parties prenantes et des élus régionaux et nationaux, mais aussi l'occasion de créer des moments de partage et de convivialité, comme lors de la cérémonie de remise des prix du Concours des Talents qui a compté 162 participants pour cette édition. Interfel était aussi présent sur trois salons professionnels :

le Medfel à Perpignan et deux salons dédiés à la promotion de l'agriculture et des produits biologiques : Tech&Bio et Natexpo. Enfin, la Commission Communication a validé la poursuite de la stratégie de communication proactive sur les sujets sensibles pour répondre aux interrogations du grand public sur les pratiques agricoles. Trois vidéos ont été tournées avec l'influenceur Bonne Pitance et les producteurs, pour expliquer les impasses rencontrées face aux ravageurs des cultures.

### La poursuite des programmes d'actions destinés aux enfants

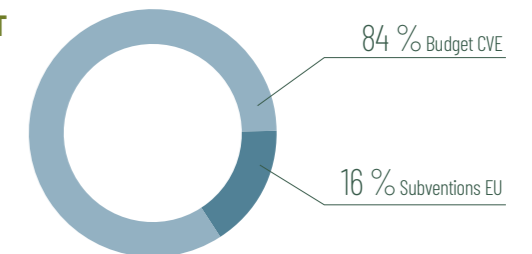
L'année 2025 a pérennisé la campagne « European Fraich'Force » à destination des familles et enfants, avec les emblématiques mascottes Frutti et Veggi, ayant permis de sensibiliser 7 millions d'enfants. Dans la continuité de 2024, Interfel a mis en œuvre la campagne promotionnelle du Programme Lait et Fruits à l'École, soutenue par les fonds européens, pour favoriser la distribution de fruits et légumes frais dans les établissements scolaires.

### MEMBRES DE LA COMMISSION COMMUNICATION

<b>AMONT FNPF</b> Grégory Chardon Adeline Gachein Guillaume Greter Gilles Baraize (Directeur de famille)	<b>Felcoop</b> Jean-Louis Chapeyroux Caroline Ducourneau (Directeur de famille)	<b>Coordination Rurale</b> Sébastien Héraud Philippe Maydat Céline Roumieux (Directeur de famille)	<b>AVAL Aneefel</b> Olivier Lemouzy Camille Elegoet Anthony Lelez Valérie Avril (Directeur de famille)	Hermine Chombart de Lauwe (Directeur de famille)	<b>FCD</b> Julie Faure Nathalie Guehenneux Hugues Beyler (Directeur de famille)	<b>Restau'Co</b> Yves Friot Marie-Cécile Rollin (Directeur de famille)	<b>SNIFL</b> Emmanuel Eichner Denis Gihard Jean-Luc Angles David Patte (Directeur de famille)
<b>Légumes de France</b> Angélique Delahaye Sylvestre Bertucelli (Directeur de famille)	<b>GEfel</b> Xavier Mas Jean-Louis Moulon Alexandre Bonneau (Directeur de famille)	<b>Confédération Paysanne</b> Camille Changeon (Directeur de famille)	<b>UNCGFL</b> Christian Berthe Franck Andrieux Maria Rios Corrales	<b>Saveurs Commerce</b> Karine Bondu Éric Fabre Samira Lemaire Marie Daniel (Directeur de famille)	<b>FCA</b> Nathalie Morgand Maxime Grouard Luka Lefort Vincent Martin (Directeur de famille)	<b>SNRC</b> Valérie Braun (Responsable du Pôle secrétariat général)	<b>CSIF</b> Philippe Pons Véronique Le Bail (Directeur de famille)

### BUDGET COMMUNICATION 2025 RÉPARTITION PAR TYPE DE FINANCEMENT

<b>Total réalisé :</b>	<b>12 641 158 €</b>
Budget CVE :	10 747 681 €
Budget FAM - EU :	1 872 594 €*
Budget Autres :	-



\*dont prog. EU 0 €, prog. PLFE 1 893 477 €

## Présentation de la Commission Communication

La Commission Communication réunit les représentants des 15 organisations professionnelles membres d'Interfel. Elle est présidée par Olivier Lemouzy, Président Délégué, et par Grégory Chardon, Président Exécutif.

Elle :

- **Coordonne** l'ensemble des actions financées, totalement ou partiellement, par la CVE.
- **Pilote** les actions de communication pour encourager la consommation de F&L frais sur le territoire métropolitain.
- **Garantit** la cohérence et l'efficacité des budgets alloués aux actions.

La Commission Communication définit la stratégie et décide des priorités, elle détermine les plans de communication annuels et suit la mise en œuvre du programme d'actions. Elle alloue les ressources et mesure l'impact des actions. Elle travaille en lien avec le réseau des Diététiciens et les acteurs des Territoires. Elle déploie les rencontres grand public et professionnelles, diffuse des outils pédagogiques ou d'aide à la vente et maintient le dialogue avec les parties prenantes. Elle met en avant les acteurs de la filière et renforce la puissance de leur prise de parole. En complément, dans un souci de cohérence entre les actions, la Commission Communication suit les actions de communication informative portée par Aprifel.

La Commission Communication assure ainsi la double mission de fédérer la filière autour d'une identité partagée et de maximiser l'impact des budgets au service du changement de comportement durable.

L'enjeu majeur de la Commission Communication est de porter une parole collective forte, crédible et visible pour ancrer durablement les fruits et légumes frais dans les habitudes alimentaires des Français, en répondant aux attentes sociétales.

### Contexte et enjeux : 12 idées clés

Les comportements de consommation et le marché sont en pleine mutation. Les études exposées au séminaire d'avril 2025 confirment un environnement en mutation rapide :

- 1. Hyper-individualisme :** foyers d'1-2 pers. majoritaires.
- 2. Temps passé en cuisine en baisse :** recherche de praticité, repas « tout-en-un ».
- 3. Arbitrages prix/plaisir** dans un contexte inflationniste.
- 4. Modification des circuits de distribution :** proximité, livraison en plein essor.
- 5. « Frais connecté » :** digitalisation du parcours d'achat.
- 6. Montée du hors-domicile** et snacking sain.
- 7. Éducation alimentaire & transparence** devenues stratégiques.
- 8. Sensibilité sociétale** (environnement, santé, origine).
- 9. Variable prix :** frein mais aussi déclencheur avec promotions ciblées.
- 10. Expérience d'achat sensorielle** (éclat visuel, fraîcheur).
- 11. Influenceurs & réseaux sociaux :** prescription croissante.
- 12. Approche systémique :** aucun levier seul ne suffit.

Ces tendances imposent une communication holistique articulant plaisir, preuve et pédagogie, tout en intégrant les nouvelles attentes générationnelles (25-34 ans) et les moments de consommation émergents (apéritif, nomadisme).



## Axes stratégiques confirmés

Le schéma consolidé articule cinq axes de travail interdépendants permettant de créer un cadre propice à une consommation quotidienne plus riche en fruits et légumes frais : en suscitant l'envie et en ancrant le réflexe d'achat, en valorisant la diversité, les bienfaits nutritionnels et environnementaux, en répondant aux préoccupations sociétales (pouvoir d'achat, climat, origine) et en renforçant la cohérence de la prise de parole et la valorisation des métiers. Chaque axe dispose d'indicateurs de résultats (agrément, intention d'achat, taux de pénétration, relais pros) et d'un budget calibré pour maximiser le retour sur investissement sans dispersion. La logique : prioriser, piloter, mesurer.



### Leviers prioritaires - 6 leviers Jamais Trop pour faire rayonner la marque

Ces modules fonctionneront comme un système modulaire : même ADN, messages adaptés par cible et canal, renforçant la mémorisation tout en facilitant le déploiement terrain.



### Plan de communication Interfel 2025

Le plan de communication annuel est défini et validé par la commission communication en novembre de l'année précédente.

	Jan.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.
				JAMAIS TROP TARTE	BIO	JAMAIS TROP FIERES	JAMAIS TROP STREET	JAMAIS TROP ÉCONOME			JAMAIS TROP MIXTE	
	TOURNÉE JAMAIS TROP / RÉSEAU DIÉTÉTICIENS / INFLUENCE TERRAIN / ACTIONS DIGITALES											
	LAIT ET FRUITS À L'ÉCOLE						FRAICH'FORCE					
	SALON INTERNATIONAL DE L'AGRICULTURE		RELATIONS PRESSE : COMMUNIQUÉS, INTERVIEWS ET SOLlicitATIONS									
	VIDÉO INFLUENCE SUR LES SUJETS SENSIBLES											
	SIRHA	TALENTS		MEDFEL		RESTAU'CO		TEHC&BIO		SALON DES MAIRES	NAT EXPO	

## La campagne "Les fruits et légumes frais, c'est Jamais Trop" continue de marquer les esprits !

Pour la 4<sup>ème</sup> 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" répond aux nouvelles attentes de nos consommateurs en termes d'alimentation.

Plus colorés, plus modernes, plus gourmands, les fruits et légumes retrouvent une place dans le quotidien des Français.

Un nouveau spot TV qui a obtenu une note d'agrément de 7/10 (référence CSA 6,6/10) et qui donne envie pour 8 répondants sur 10 de consommer des fruits et légumes frais.

*Évaluation du cabinet CSA sur la base de 1178 répondants, avril 2025*



## Jamais trop Fiers : quand les fruits et légumes frais célèbrent leur diversité de couleurs

À l'occasion du Mois des Fiertés, Interfel célèbre de nouveau la diversité sous toutes ses formes. Une manière de rappeler que les fruits et légumes frais, par la variété de leurs goûts, couleurs, origines ou cultures, assument pleinement leurs différences.

- Réalisation de **650 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](http://www.jamaistrop.fr)
- Diffusion du spot en TV pendant 2 semaines sur TMC, TF1, TF1 Séries Films, TFX, 6ter et W9.
- Deux semaines d'affichage urbain dans des villes de + de 200 000 habitants.
- Une semaine d'affichage lors des marchés des fiertés dans les trois plus grandes agglomérations françaises : Lyon, Paris et Marseille.

- Une semaine d'affichage dans plus de **230 hypermarchés et supermarchés** en France.
- 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 ?".
- Diffusion de **deux communiqués de presse** : le premier consacré à la présentation de la campagne, et le second aux recettes.

Des animations points de vente qui incitent à acheter plus de fruits et légumes pour 70 % des répondants.

*(Évaluation du cabinet CSA sur la base de 476 répondants, juin 2025)*

### CHIFFRES CLÉS

**79 000**  
personnes sensibilisées lors des animations en points de vente et RHD

**12 000**  
participants au jeu concours national

**6,9** millions d'individus 25-49 ans touchés par la campagne TV

**177** millions de contacts 25-49 ans touchés par l'affichage urbain

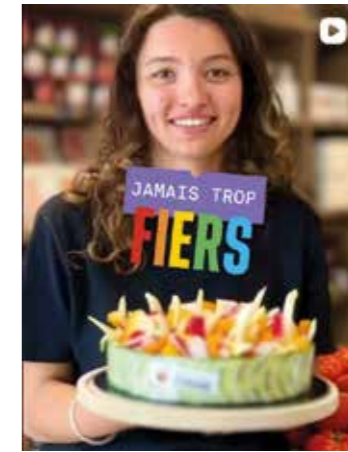
**79** millions de contacts touchés dans les centres commerciaux

**3,5** millions de vues des vidéos recettes influenceurs

**728 000**  
vues sur les posts des influenceurs

**193 000**  
vues de l'opération digitale "De quoi t'es fier ?" avec les professionnels de la filière fruits et légumes frais sur les réseaux sociaux

**23** retombées presse



## Jamais trop Tarte : en manque d'inspiration ? Les tartes c'est du gâteau !

Rapide à préparer, économique, sucrée ou salée... la tarte, c'est LE plat qui se prête à tous les moments du quotidien !

- Réalisation de **220 animations** en points de vente et en restauration d'entreprise.
- Diffusion du nouveau spot TV sur diverses chaînes TV (TF1, W9, TFX, 6TER et TMC), sur les plateformes de vidéo en ligne (Netflix, TF1+, M6, MyCanal, Prime Vidéo, BFM...), sur YouTube et les réseaux sociaux.

- Campagne d'affichage dans les villes et les centres commerciaux pendant 3 semaines.
- Diffusion d'une série "Jamais trop tarte" composée de **6 épisodes** sur nos réseaux sociaux.
- Envoi de **3 communiqués de presse** (recettes, lancement nouveau spot TV, présentation temps fort).
- Organisation d'une avant-première au cinéma pour dévoiler en exclusivité la série et le nouveau spot à la presse et aux influenceurs conviés.

**CHIFFRES CLÉS**

**20 millions** de vues du spot sur les sites de vidéos en ligne

**36 000** personnes sensibilisées sur toutes les animations en points de vente et RHD

**6,8 millions** de contacts touchés par la série "Jamais trop tarte"

**9,2 millions** d'individus 25-49 ans touchés en TV

**43** retombées presse





Dynamisation de la consommation

## Jamais Trop Street met la street food à l'honneur !

Du 1<sup>er</sup> juillet au 31 août, les fruits et légumes frais partent à la conquête de la rue et font la promotion de la street food : une cuisine nomade, multiculturelle, et surtout, ultra gourmande. Une explosion de diversité et de saveurs où les fruits et légumes frais ont toute leur place. Avec au programme du frais, du festif et des graffs !

- Tournée événementielle sur **11 festivals**, où le public a pu déguster des recettes "spéciales street food" à base de fruits et légumes frais, et découvrir les performances de graffeurs venus renforcer la dimension artistique et urbaine de l'opération.
- Événement influence avec **15 créateurs de contenus** issus d'univers différents, initiés au graffiti avec un collectif de Street Art dans les rues de Paris, avec une performance live de « BrunoGraffer », étoile montante du street

art français, à l'origine du bloc marque de la campagne et d'une œuvre artistique mettant en scène des fruits et légumes frais. Également, dégustations de recettes 100 % Street Food.

- Jamais Trop Street à l'honneur dans les régions à travers **7 communiqués de presse** valorisant la participation aux différents festivals de la tournée, ainsi que les chiffres clés de ces territoires.
- Collaborations virales avec des influenceurs food réalisant des recettes de street food.
- Organisation d'un **jeu concours** sur le site des fruits et légumes frais permettant de remporter une œuvre d'art de Bruno Graffer, ainsi qu'un an de fruits et légumes frais.
- Mise en ligne d'une page dédiée "Jamais Trop Street" sur le site des fruits et légumes frais avec partage de recettes.

### CHIFFRES CLÉS

**25 000**  
dégustations proposées sur les festivals

**45**  
contenus réalisés par les influenceurs lors de l'événement de lancement

**8,7 millions**  
d'impressions et  
**34 000**  
« J'aime, partages et commentaires » obtenus pour les contenus recettes street food et inspirations gourmandes publiées sur le compte Instagram @lesfruitsetlegumesfrais

**1 million**  
d'impressions et  
**25 000**  
« J'aime, partages et commentaires » comptabilisés pour les vidéos influenceurs recettes réinterprétant l'œuvre de Bruno Graffer

**233 000**  
visites sur la page web "Jamais Trop Street"

**11 000**  
participants au jeu concours créatif



Dynamisation de la consommation

## Jamais trop Économe ou comment maîtriser son budget avec les fruits et légumes frais !

Le site [www.jamaistropheconome.fr](http://www.jamaistropheconome.fr) propose chaque semaine une liste de fruits et légumes frais accessibles, associée à des idées de menus élaborés par des diététiciens, pour faire la part belle aux fruits et légumes frais toute l'année tout en maîtrisant son budget. La nouveauté en 2025 : les menus sont désormais ajustables selon la taille du foyer, le nombre de repas souhaités, les préférences alimentaires... afin de simplifier le quotidien de ses utilisateurs.

- Lancement puissant en radio et audio digital avec la diffusion d'un spot sur les ondes de RTL et sur les plateformes comme Spotify et Deezer
- Mise en place d'une campagne de publicité digitale pour créer du trafic vers la page [www.jamaistropheconome.fr](http://www.jamaistropheconome.fr)
- Collaboration avec des influenceurs afin de faire connaître le service à leur communauté.

- Organisation d'un événement presse et influence pour faire découvrir le site [www.jamaistropheconome.fr](http://www.jamaistropheconome.fr) auprès d'une **quinzaine d'influenceurs** invités à vivre l'expérience "Jamais Trop Économe" et sensibilisés à la gestion de leur budget.



### CHIFFRES CLÉS

**72 millions**  
de contacts touchés par le spot radio et audio digital

**381 206**  
visites sur le site [www.jamaistropheconome.fr](http://www.jamaistropheconome.fr) (+46 % de trafic vs 2024)

**3,9 millions**  
de personnes touchées dans le cadre de la collaboration avec les influenceurs

**32**  
contenus réalisés suite à l'événement presse et influence

**8,1/10**

Une campagne et un nouveau site appréciés avec une excellente note de 8,1/10 (contre 7,3 en 2023)

**79 %** des répondants indiquent intégrer davantage de fruits et légumes frais dans leur alimentation grâce à l'utilisation de ce service

Évaluation du cabinet CSA sur la base de 476 répondants, juin 2025

**9/10**

9 répondants sur 10 sont prêts à recommander le site « Jamais trop économe » à leur entourage

**28** recettes réalisées spécialement pour enrichir le service "Jamais trop économe"

**1** article "Organiser ses courses en mode smart pour bien manger"

**1** newsletter dédiée pour valoriser et faire connaître le service (taux d'ouverture de 34,89 %)



Dynamisation de la consommation

## Jamais trop Mixte : les fruits et légumes frais font le show

Les fruits et légumes frais montent sur les planches ! Après une première édition en 2024, Jamais Trop Mixte revient du 1<sup>er</sup> novembre au 15 décembre. En scène : des planches mixtes aux couleurs chatoyantes pour déguster les saveurs des fruits et légumes d'automne.

- Réalisation de **270 animations** en points de vente et restaurants d'entreprise avec dégustation de planches vraiment « mixtes », quiz et animations sensorielles.
- **130 animations** réalisées par les diététiciens d'Interfel avec dégustations, échanges et conseils nutritionnels rappelant qu'une planche mixte peut être à la fois gourmande et équilibrée.
- Jeu concours « preuve d'achat » pour encourager à l'achat de fruits et légumes et tenter de gagner 100 € de bons d'achats ou 100 € de bons spectacles.
- Campagne d'affichage nationale et dispositif d'affichage animé dans les centres commerciaux pour inciter les consommateurs à reproduire les

planches à la maison.

- Diffusion du film « Jamais trop » en vidéo online et replay, ainsi que sur YouTube et les réseaux sociaux.
- Organisation d'une soirée stand-up avec **3 humoristes** : Amine Radi, Amandine Lourdel et Rémy Sojah.
- Collaboration avec des créateurs de contenus food, Martin Cuisto, SwissfitCook, Whoogy's, Lagrandebouffe et Gastronom geek, autour de planches mixtes originales et gourmandes pour inspirer leurs communautés.
- Réalisation d'une série diffusée en exclusivité sur Instagram avec les influenceurs Zoé Le Gavrian et Choopa dans des situations humoristiques de la vie de couple autour des planches mixtes.
- Mise en place d'une collaboration avec Eddie Cudi, influenceur-humoriste pour relayer les animations en points de vente, restauration collective et le jeu concours.

91 %

Une Campagne « JT Mixte » qui incite à consommer plus de fruits et légumes frais à 91 %

Évaluation du cabinet CSA sur la base de 1019 répondants, déc 2025

7,6/10

Une campagne plébiscitée avec une note d'appréciation de 7,6/10

70 %

Des animations points de vente qui incitent à acheter plus de fruits et légumes pour 70 % des répondants.

### CHIFFRES CLÉS

24 200

clients touchés lors des animations en points de vente et RHD

11 000

participants au jeu concours national

15 millions

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

11,5 millions

de personnes 25-49 ans touchées par l'affichage

46 000

« J'aime, commentaires, partages » pour les vidéos de la série Jamais trop Mixte

437 000

« J'aime, commentaires, partages » pour les recettes des influenceurs

Dynamisation de la consommation

## La tournée « Jamais Trop »

En 2025, la tournée "Jamais Trop" repart avec son food truck et sa cuisine mobile pour un tour de France dans 26 festivals (99 jours d'actions), proposant des animations ludiques et gourmandes pour faire (re)découvrir les fruits et légumes frais.

### Les objectifs de la tournée :

- Toucher les 25-34 ans et plus largement les 25-49 ans partout en France.
- Valoriser les fruits et légumes frais via des dégustations faciles et gourmandes.
- Créer du lien grâce à des animations originales et conviviales.

### La tournée "Jamais Trop", c'est :

- Un food truck et une cuisine mobile habillés aux couleurs de la campagne Jamais Trop : des dispositifs attractifs et facilement identifiables.

- Des nouvelles animations ludiques et pédagogiques : dégustations de recettes simples, gourmandes et accessibles élaborées par les diététiciens ; des vélos smoothies ; des animations sensorielles ; le Fruity Drop (inspiré du fameux jeu TV « Money drop ») pour tester ses connaissances sous forme de mise ; la piscine à boules avec borne photo pour un moment de fun et de partage.
- Une équipe conviviale et dynamique formée pour transmettre les messages clés auprès des publics, et animer le stand.
- Des relais du dispositif événementiel sur les réseaux sociaux et via des influenceurs, pour amplifier la visibilité de la tournée Jamais Trop.

Évaluation du niveau de connaissances et mesure de l'appréciation du food truck et de ses animations, menée dans 4 festivals.

Satisfaction globale de **9,2/10** et plus de 8 répondants sur 10 déclarent avoir appris de nouvelles choses en participant aux animations.

Une large majorité affirme également que cette expérience leur donne envie de consommer davantage de fruits et légumes frais.

Évaluation du cabinet CSA sur la base de 522 répondants. Septembre 2025.

### CHIFFRES CLÉS

70 000

personnes sensibilisées

41 000

recettes à base de fruits et légumes dégustées

Plus de 20 000

festivaliers ont joué aux animations sensorielles ou au Fruity Drop

Plus de 9 000

photos réalisées dans la piscine à boules !





Dynamisation de la consommation

## Le site [lesfruitsetlegumesfrais.com](https://lesfruitsetlegumesfrais.com) pour inspirer et accompagner les consommateurs dans leur quotidien

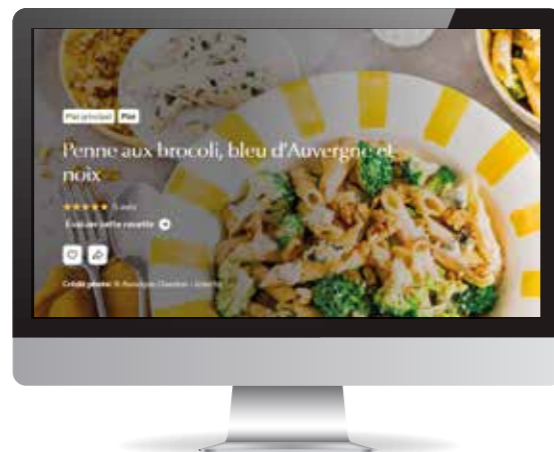
En route en 2025 pour un virage digital avec une nouvelle stratégie pour faire du site les fruits et légumes frais une plateforme plus moderne, plus vivante et plus proche des usages et des attentes des utilisateurs.

**L'objectif :** conquérir les 25-49 ans, fidéliser les 50 ans et plus, faciliter la consommation des fruits et légumes frais, inspirer et susciter l'envie, en toute simplicité, en créant de la proximité.

**Jamais trop proche, Jamais trop simple, Jamais trop gourmand**

- Réalisation de nouveaux types de contenus : vidéos, quiz pour créer de la proximité et de l'interaction.
- Diversification des contenus avec des articles plus « lifestyle ».

- Créations de nouvelles recettes inédites, simples et faciles à réaliser.
- Exploration de nouveaux usages et moments de consommation.
- Création de passerelles avec les contenus des réseaux sociaux les Fruits et légumes frais.



### CHIFFRES CLÉS

5,3 millions de visites dont 30 % de visiteurs réguliers

3,5 millions de visites sur les recettes

31 nouvelles vidéos food publiées

63 nouvelles recettes publiées

1 192 nouveaux avis sur les recettes

33 nouveaux articles

+ 3 000 créations de comptes

56 632 abonnés à la newsletter, soit +48 % par rapport à 2024



Dynamisation de la consommation

## Campagne de soutien aux fruits et légumes en difficulté de marché

### CHIFFRES CLÉS

Près de 14 millions de 50 ans et plus touchés par la campagne

Plus de 7 millions de contacts grâce aux réseaux sociaux

Après un été chaud suivi d'une météo contrastée, et d'un contexte de consommation morose, Interfel lance une campagne de communication de soutien aux raisins, prunes, melons et tomates cerises.

La campagne combine la force de la radio pour toucher la cible des responsables des achats de 50 ans et plus, et la puissance des réseaux sociaux pour diffuser largement des idées recettes pour donner envie et générer des achats.

### Dispositif du 18 au 27 septembre

- Diffusion du spot radio sur Europe 1, France Inter, RTL et les web radios.
- Diffusion publicitaire de 4 "idées recettes" sur Facebook et Instagram.

### Résultats :

- La campagne génère +11 % de ventes en volume chez les foyers exposés à la publicité.
- +15 % de ventes en volume pour le raisin et +5 % pour la prune.
- Mais un impact non significatif pour le melon (+3 % en volume) et la tomate cerise (+2 % en valeur).

Évaluation Kantar via Wordpanel 12 000 foyers interrogés, décembre 2025

Dynamisation de la consommation

## « C'est Bio les Fruits et Légumes Frais », une ode aux bonnes tablées

Du 22 septembre au 5 octobre, Interfel lance une nouvelle campagne intitulée "C'est bio les fruits et légumes frais" déclinée de la communication de l'Agence BIO.

L'objectif : dynamiser la consommation de fruits et légumes frais BIO à travers une ode aux bonnes tablées à la française. Interfel dévoile ainsi un spot TV en replay et un spot radio inédits.

Un message qui renforce la raison d'être du bio : faire le choix de produire autrement, pour permettre à chacun de consommer autrement.

### Du 22 septembre au 5 octobre

- Diffusion du film publicitaire en replay TV sur TF1+.
- Diffusion du spot radio sur France Inter, Europe 1 et les web radio.

### Résultats :

- La campagne incite 70 % des interrogés à consommer des fruits et légumes frais bio.
- Une campagne appréciée avec une note de 6,5 sur 10 attribuée au film publicitaire.

Évaluation du cabinet CSA sur la base de 507 répondants, octobre 2025

### CHIFFRES CLÉS

2,7 millions de vidéos vues complètes

Près de 8 millions de 50 ans et plus touchés par la campagne



## Chiffres clés totaux annuels dynamisation de la consommation



## « Les Talents des fruits et légumes - Le Challenge des Commerces » : un concours plébiscité par 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 2025 :

Un nouveau record de participation pour cette édition 2025 avec 163 candidats inscrits répartis dans 6 catégories et dans 5 régions différentes (Île-de-France, Nord-Est, Nord-Ouest, Sud-Est et Sud-Ouest)

### Les 6 catégories :

- Hypermarché
- Supermarché
- Commerce de proximité
- Primeurs en magasin supérieur à 400m<sup>2</sup>
- Primeurs en magasin inférieur à 400m<sup>2</sup>
- Primeurs sur marché



À l'issue de ces visites, le jury a délibéré et sélectionné les lauréats à l'échelle régionale, par secteur géographique et par catégorie de magasin. L'ensemble des lauréats régionaux a été mis en avant dans les journaux de leur région respective : une véritable valorisation pour leur point de vente et leur savoir-faire.

### L'élection des Lauréats Nationaux 2025

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 Daniel Sauvaitre, Président d'Interfel et de Jean-Hugues Belland, Président du CTIFL, ainsi que des représentants des familles professionnelles d'Interfel.

### Les lauréats nationaux 2025 :

- Catégorie Hypermarché : **Leclerc Bourg-Lès-Valence (26)** ;
- Catégorie Supermarché : **Intermarché Pacy-Sur-Eure (27)** ;
- Catégorie Commerce de proximité : **Franprix Nogent-Sur-Marne (94)** ;
- Catégorie Primeur en magasin >400m<sup>2</sup> : **Grand Frais Venettes (60)** ;
- Catégorie Primeur en magasin <400m<sup>2</sup> : **Maison Laury Maisons-Alfort (94)** ;
- Catégorie Primeur sur marché : **One Two Fruits Quint-Fonsegrives (31)** ;
- Prix spécial Primeurs : **Parent Primeurs Lille (59)** ;
- Prix spécial Grande Distribution : **Auchan Aubagne (13)**.



### L'élection des Lauréats Régionaux 2025

À la suite de leur candidature, les candidats ont reçu la visite d'experts du CTIFL et leurs points de vente ont été évalués selon différents critères : la qualité et la fraîcheur des produits, l'assortiment, la théâtralisation et la présence d'informations auprès du consommateur.



## Développement des actions au plus près des acteurs de la filière

### Présence d'Interfel au SIRHA à Lyon

Interfel et le Comité Régional AURA renouvellent leur présence sur ce salon majeur, visité par plus de 250 000 professionnels du Food Service International du 23 au 27 janvier 2025, avec un stand conçu pour valoriser la filière et développer les échanges avec les acteurs de la restauration hors domicile.

La surface de 51m<sup>2</sup>, accolée au stand du Marché de Gros de Lyon Corbas, s'est partagée entre la promotion des fruits & légumes frais et un espace dédié au programme européen Lait et Fruits à l'École (PLFE), permettant de générer plus de 50 contacts qualifiés.

La programmation, construite avec le Comité Régional Interfel AURA, a intégré démonstrations culinaires, rencontres BtoB, conférences, enregistrement de podcasts live et temps convivial autour des lauréats du concours Gargantua, générant une mise en avant positive des enjeux et actions de la filière.

La conférence « Nourrir les plus jeunes : comment l'alimentation dessine leur futur ? » au SIRHA Food Forum a renforcé la visibilité du programme PLFE et illustré son impact par des exemples concrets expliqués par des professionnels de la filière impliqués.



### Mise à l'honneur du nouveau Comité Régional Interfel Occitanie au Medfel à Perpignan

Interfel est de retour au Medfel, rendez-vous incontournable de la filière fruits et légumes, organisé à Perpignan les 23 et 24 avril 2025. Une présence marquée par le lancement officiel du Comité Régional Interfel Occitanie.

Un moment clé qui permet de présenter les équipes et les ambitions du comité, tout en rassemblant les acteurs de la filière autour d'un temps convivial. Une étape importante pour renforcer l'ancrage territorial d'Interfel et structurer son action au plus près des enjeux régionaux.

### Salons Bio Natexpo et Tech&Bio

Présence également d'Interfel sur deux salons dédiés à la promotion de l'agriculture et des produits biologiques : **Tech&Bio** et **Natexpo** (voir page 95).



### Promotion du PLFE : des événements au plus près des souscripteurs du programme

Interfel poursuit son action de promotion du Programme Lait et Fruits à l'École (PLFE) auprès des professionnels de la filière, des collectivités territoriales et du grand public (voir page 56). A travers un dispositif terrain et un dispositif publicitaire, le PLFE a bénéficié d'une belle visibilité auprès des bénéficiaires potentiels.

- Présence sur des salons professionnels, avec le concours des Comités régionaux d'Interfel.
- Mise à jour du guide professionnel.
- Réalisation de nouvelles vidéos témoignages réalisées avec des professionnels mettant en place le programme.
- Valorisation de ces outils via une campagne média : insertions presse, publicités en ligne sur LinkedIn et bannières sur des sites affinitaires, permettant la redirection vers la page dédiée sur le site interfel.com.

# 8,2/10

Un stand apprécié avec une note globale de 8,2 sur 10.

# Utiles

Des informations diffusées jugées utiles, claires et faciles à comprendre.

# 2/3

2 visiteurs sur 3 ont envie de mettre en place le programme.

Source : étude post-test cabinet CSA, 2025

### CHIFFRES CLÉS

Présence dans

# 10

salons dans toute la France

Près de

# 200

téléchargements du guide

Près de

# 400

personnes sensibilisées sur les événements



## Le site interfel.com : optimisation des services et outils pour simplifier les usages professionnels

En 2025, plusieurs évolutions structurantes sont déployées sur le site interfel.com afin de simplifier les démarches des professionnels et améliorer l'accès à l'information : règlement de la CVE par prélèvement, refonte de l'espace presse et évolution du tableau des normes. Ces actions traduisent une volonté claire d'offrir des outils plus lisibles, plus accessibles et plus efficaces au quotidien.



### Simplification du règlement de la CVE

Afin de répondre aux attentes des cotisants et de leur faciliter la déclaration et le règlement de la CVE, nous poursuivons notre objectif de dématérialisation de la collecte en mettant en place le règlement par prélèvement ponctuel. Déjà **9%** des cotisants ont adopté le prélèvement bancaire, **11%** payent par carte bancaire, **52%** par virement et **27%** par chèque. La mise en place du règlement par prélèvement a permis une augmentation du versement de la CVE par le biais du site interfel.com de **62%\***.

\*en comparaison de la période du 23/07/24 au 31/03/25 avec la période 23/07/25 au 31/03/26.



### L'espace presse fait peau neuve

La page « Espace presse » est repensée afin de faciliter l'accès à l'information et mieux répondre aux usages des journalistes. Elle propose désormais une lecture directe des communiqués en ligne, avec un accès plus rapide aux contenus

### CHIFFRES CLÉS

# 1 964

comptes au total dont 499 nouveaux créés en 2025

# 56 350

visites du site

# 11 633

documents téléchargés

# 41

nouveaux articles rédigés

# 1 202

abonnés à la Newsletter

et une réutilisation facilitée, tout en conservant la possibilité de téléchargement.

Cette refonte s'accompagne de plusieurs améliorations : mise en avant des contacts presse, clarification des filtres, ajout de visuels, meilleure valorisation des contenus récents.

Les communiqués peuvent désormais être créés et mis à jour directement sur le site, offrant aux équipes une plus grande autonomie et une meilleure réactivité dans la publication des contenus.

### Le tableau des normes évolue

Le tableau des normes de commercialisation des fruits et légumes, qui regroupe les principales réglementations par produit évolue pour proposer une navigation simple et intuitive, et ainsi répondre aux besoins des professionnels.

Plusieurs améliorations mises en place :

- Distinction entre fruits et légumes.
- Possibilité de sélectionner plusieurs produits simultanément.
- Affichage ciblé des résultats.
- Amélioration de la lisibilité des informations.

Le tableau est accessible depuis la rubrique « Vos services » du site Interfel ainsi que depuis votre espace connecté.



Conquête des enfants

## Promotion du programme Lait et Fruits à l'école auprès des enfants et leurs parents

Interfel poursuit son action de promotion du Programme Lait et Fruits à l'École auprès du grand public, des professionnels de la filière et des collectivités territoriales (voir page 54). Du 1<sup>er</sup> mars au 27 avril, une campagne puissante dans les médias et avec les influenceurs offre une forte visibilité aux fruits et légumes frais auprès du grand public, prescripteur du programme.

- Diffusion du nouveau film publicitaire au cinéma, en TV, en replay et sur les réseaux sociaux.
- **3 collaborations** avec des influenceurs sur Instagram et TikTok, autour de profils enseignants et chefs de restaurants scolaires.

### CHIFFRES CLÉS

4,5 millions d'enfants et 7 millions d'adolescents touchés par la campagne TV

5,7 millions de personnes touchées par les vidéos influenceurs avec un excellent taux d'engagement à 2,72 % (un bon taux d'engagement se situe entre 2 % et 3 %)

65 % des parents connaissent désormais le programme

Source : Etude post-test cabinet CSA, 2025

80 % La campagne incite 80 % des enfants à consommer des fruits et légumes frais

77 % L'influence est un succès car elle encourage jusqu'à 77 % des jeunes à parler du programme autour d'eux.

Conquête des enfants

## Fraich'Force : les fruits et légumes à la conquête des enfants

Interfel donne suite à la campagne European Fraich'Force en recentrant ses efforts sur les médias et les actions terrain.

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

**Dispositif** : du 29 septembre au 31 octobre, les mascottes Frutti, Veggi ainsi que Will et Maya font leur retour à la télévision et en digital, et parcourent 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 et en ligne sur YouTube de 24 épisodes du dessin animé.
- Dispositif marketing opérationnel : **250**

**animations** en RHD scolaire avec supports de communication aux couleurs de la Fraich'Force du 1<sup>er</sup> octobre au 30 novembre.

- Dispositif événementiel : présence à **Rouen à Table** (Rouen), **La Ferme s'invite** (Poitiers) et **La Ferme Expo** (Tours), en présence d'influenceurs pour valoriser la campagne.
- Dispositif relations presse / influence : un événement immersif à Paris réunissant parents et enfants autour d'ateliers ludiques pour découvrir les fruits et légumes frais et la campagne Fraich'Force.
- Dispositif web : une newsletter redirigeant vers une page actualisée et interactive dédiée à Fraich'Force sur lesfruitsetlegumesfrais.com

50 % 1 enfant sur 2 connaît les mascottes

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

90 % 9 enfants sur 10 déclarent avoir appris des choses sur les F&L

80 % 8 enfants sur 10 déclarent consommer plus de F&L

### CHIFFRES CLÉS

La campagne en télévision et sur internet a sensibilisé

7 millions d'enfants

15 700 enfants sensibilisés en restauration scolaire

1 897 enfants sensibilisés lors des événements en région

11 influenceurs présents à l'événement parisien, ainsi que 3 en région

Au total : 64 contenus publiés, pour une audience cumulée de 2 886 700 personnes



Enjeux sociétaux

## Salon International de l'Agriculture 2025, dix jours intenses pour toute la filière

Cette édition 2025 confirme la capacité d'Interfel à mobiliser, fédérer et valoriser la filière fruits et légumes frais à grande échelle.

Interfel est à nouveau présent pour ce grand rendez-vous des professionnels de la filière fruits et légumes frais avec le citoyen-consommateur, les décideurs publics et les parties prenantes, autour d'un stand mêlant expériences grand public, valorisation de l'innovation et rencontres politiques.

Dans un contexte de forte attente autour de l'alimentation et de la souveraineté agricole, l'interprofession a affirmé son rôle de référence, avec un niveau d'engagement élevé et une visibilité en nette progression.

**Du 22 février au 2 mars**, Interfel déploie un dispositif ambitieux permettant de consolider le positionnement de l'interprofession comme acteur clé des enjeux de la filière.

Le stand s'articule autour d'espaces complémentaires, pensés pour favoriser l'interaction et la pédagogie. **L'espace grand public** propose une programmation riche, combinant animations culinaires, dégustations et animations ludo-pédagogiques.

Le **parcours Recherche et Innovation** permet

de valoriser les avancées de la filière en matière de robotique, d'adaptation au changement climatique, de nouvelles variétés ou encore de techniques de production. **Treize ingénieurs** du CTIFL sont mobilisés pour accompagner les visiteurs dans leur compréhension des enjeux, à travers un parcours pédagogique en intégrant des dispositifs ludiques.

### Jamais trop de visibilité médiatique !

L'édition 2025 marque un niveau inédit de visibilité pour la filière des fruits et légumes frais. Portée par les 2 ans du Plan de Souveraineté et par une nouvelle dynamique incarnée par Daniel Sauvaitre, cette présence se traduit par une prise de parole renforcée et diversifiée, mais aussi par la participation active des représentants d'Interfel sur les plateaux TV et radios, faisant bénéficier les sujets portés par l'interprofession d'un large écho médiatique.

Pour la première fois, le bilan de consommation des fruits et légumes frais est dévoilé en exclusivité sur le salon, avec le baromètre de

### CHIFFRES CLÉS

**607 500**

visiteurs (Salon de l'Agriculture)

**25 500**

interactions sur le stand

**5 000**

visiteurs sur l'espace grand public

**3 500**

visiteurs sur l'espace Recherche & Innovation

**2 800**

dégustations réalisées

**7 000**

participants aux vélos smoothies

**13**

ingénieurs mobilisés (CTIFL)

confiance, suscitant un fort intérêt médiatique et de nombreuses reprises dans les médias nationaux, grand public comme spécialisés.

Les représentants de l'interprofession ont ainsi multiplié les interventions, avec une présence marquée sur des médias de référence tels que M6, BFM TV, France 2, RMC, Public Sénat, ainsi que dans la presse écrite avec Le Monde, Le Figaro et Les Échos. La collaboration renforcée avec RTL a également permis d'amplifier significativement la portée des messages.

### Un dispositif média amplifié avec RTL

RTL installe ses studios au cœur du stand « Les fruits et légumes frais, c'est Jamais Trop », en délocalisant plusieurs émissions et en proposant une matinale en direct, tout en animant le stand avec des temps forts ouverts au public.

Au total, 15 émissions et animations réalisées en live. En parallèle, un plan média qui a permis de donner la parole à 11 professionnels de la filière et de générer près de 56 millions de contacts. Le dispositif a bénéficié d'une visibilité étendue

pour le dispositif, relayée également sur M6, Gulli et les réseaux sociaux..

En complément, un live incarné par Samuel Étienne permettant de prolonger cette prise de parole sur les plateformes digitales (Twitch, YouTube, TikTok), avec 2h45 de direct, 5 professionnels et 2 experts du CTIFL interviewés. Ce dispositif a touché 165 000 personnes avec un fort niveau d'engagement (6,8 %), illustrant la capacité de la filière à mobiliser des formats interactifs et pédagogiques pour aborder des sujets techniques auprès du grand public.

### CHIFFRES CLÉS

**+52 %**

de retombées presse vs 2024 (266 retombées)

**+39 %**

de retombées TV vs 2024 (50 retombées)

**377,6 M**

de contacts

**27**

journalistes accueillis sur les 3 temps forts

**22**

interviews réalisées

**4**

communiqués de presse diffusés

**1**

dossier de presse inédit - campagne « Jamais Trop »



Enjeux sociétaux

## Le Salon de l'Agriculture : rendez-vous politiques

Interfel et les professionnels de la filière sont une nouvelle fois présents pour rencontrer les personnalités politiques et institutionnelles sur le stand « Interfel - Les fruits et légumes frais », devenu un lieu incontournable de passage.

### Des rendez-vous qualitatifs et orientés vers des avancées concrètes

Ministres, délégations parlementaires, administrations d'État, Conseils régionaux ... Divers interlocuteurs politiques et institutionnels sont venus échanger avec les professionnels de la filière. Au cœur des échanges : la pérennité du financement du plan de souveraineté fruits et légumes, la législation autour de la surtransposition française, l'éducation à l'alimentation, le projet de SNANC ou encore la mise en œuvre du Programme fruits et légumes à l'école. Les échanges qui se sont tenus ont permis d'approfondir les sujets et de faire progresser les dossiers de l'interprofession. Les séquences politiques se sont succédées, notamment avec la venue du Premier ministre François Bayrou, la ministre de l'Agriculture Annie Genevard, les ministres de la Santé, du Commerce extérieur, de la Ruralité, du Commerce, de l'Artisanat, des Petites et Moyennes entreprises et de l'Économie sociale et solidaire, ou encore la ministre chargée

des Comptes publics. À noter cette année, un long échange avec le Commissaire européen à l'Agriculture et au Développement rural Christophe Hansen.

Nouveauté : une présence des distributeurs et des échanges réussis qui ont favorisé des discussions stratégiques avec la filière.

### CHIFFRES CLÉS

Plus de **170** contacts institutionnels en 10 jours (exécutif, parlementaires, élus locaux, administrations, UE)

**23** notes de positions

### FOCUS SUR LES CATÉGORIES DE PERSONNALITÉS RENCONTRÉES EN 2025



Enjeux sociétaux

## Donner la parole aux professionnels pour valoriser les bonnes pratiques agricoles

Face aux interrogations du grand public, Interfel déploie une stratégie de communication proactive sur les sujets sensibles, donnant la parole aux professionnels de terrain. À travers des formats courts, incarnés et pédagogiques, la filière apporte des réponses concrètes sur les bonnes pratiques agricoles, en s'appuyant sur l'expertise technique et scientifique, tout en adoptant les codes des réseaux sociaux pour favoriser l'engagement et la compréhension.

Dans le cadre de la stratégie de communication proactive sur les sujets sensibles validée par la Commission Communication fin 2024, Interfel poursuit en 2025 le développement de contenus dédiés aux bonnes pratiques agricoles. L'objectif est de répondre aux interrogations légitimes de l'opinion publique en apportant des éléments concrets, accessibles et pédagogiques, tout en valorisant l'engagement des professionnels de la filière.

Le dispositif repose sur un format court et incarné : un échange filmé entre un professionnel et un influenceur, autour d'une question sensible. Ce choix éditorial permet de croiser les regards, de simplifier des sujets techniques et de favoriser une meilleure appropriation par le grand public. L'influenceur **Bonne Pitance**, suivi par plus de

1,3 million d'abonnés, incarne ce dialogue en adoptant les codes des réseaux sociaux pour capter l'attention et susciter l'engagement.

**Trois vidéos** sont produites et diffusées en 2025 sur les réseaux sociaux, notamment Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn et YouTube, chacune centrée sur une problématique spécifique. La *Drosophila suzukii*, la punaise diabolique et la *Psila rosae*, trois ravageurs aux impacts concrets sur les cultures, sont abordés à travers des échanges avec des producteurs. Ces remontées terrain illustrent la manière dont les professionnels observent et protègent leurs cultures, et mobilisent différents leviers pour limiter les pertes, tout en mettant en lumière les bonnes pratiques agricoles mises en œuvre.



### CHIFFRES CLÉS

**2 millions** de vues de vidéos

**49 000** likes, commentaires et partages



Enjeux sociétaux

## Une présence renforcée dans les grands médias

En 2025, Interfel franchit un cap en matière de visibilité médiatique. Première année de mandat de Daniel Sauvaitre, cette édition marque également sa première exposition en tant que Président, avec une présence médiatique renforcée. Le Salon de l'Agriculture, marqué par les 2 ans du Plan de souveraineté, constitue un temps fort majeur, avec un niveau record de retombées et une présence accrue dans les grands médias, notamment en TV et radio. Cette dynamique s'accompagne d'une montée en puissance des sollicitations presse, en particulier sur les enjeux sociétaux portés par la filière.

### 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 poursuit sa stratégie proactive mise en place il y a 3 ans, en renforçant ses prises de parole en amont de sa publication. Cette approche permet de porter un discours positif sur la consommation des fruits et légumes d'été avant, pendant et après la parution de l'Observatoire Familles Rurales, renforçant l'annonce de baisse des prix annoncée par l'Association.

#### Retombées presse de la période :

- 51 (vs 74 en 2024, soit - 31 %)
- Valeur média 120 050 € (vs 1042 859 € en 2024)

### Autres pics médiatiques :

**Salon International de l'Agriculture** avec la présentation en exclusivité du bilan de consommation 2025 : plus haut niveau de retombées jamais atteint avec 2 événements presse, 101 prises de parole et 268 parutions.

#### Des formations de media training sur mesure

Interfel accompagne les professionnels de la filière fruits et légumes 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 2025, 8 sessions de media training ont été organisées, réunissant 26 professionnels sur 3 niveaux :

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

### CHIFFRES CLÉS

**1 772**  
retombées presse  
(vs 1 996 en 2024, -11 %)

**SIA**  
visibilité record  
(x2 vs 2024 avec  
23 TV, 33 radios,  
167 print, 142 web)

**182**  
sollicitations presse  
(+8 % vs 2024)

**33** communiqués  
de presse

**1** dossier de presse

**2** conférences  
de presse

**6** événements  
influence RP (X 2 vs 2024,  
avec 675 parutions)

**8,57 M€**  
équivalent média  
(-20 % vs 2024)

**7h13**  
de temps d'antenne  
(+34 % vs 2024)



# COMMISSION INTERNATIONALE



**Eric Guasch**  
(ANEEFEL)  
Président  
Délégué



**Christophe Belloc**  
(GEFeL)  
Président  
Exécutif



Commission Internationale

## Edito des présidents de la Commission Internationale

En 2025, notre filière a évolué dans un contexte profondément instable, marqué par des choix politiques remettant en cause les équilibres du commerce international. Le retour à des stratégies commerciales unilatérales, illustré notamment par l'imposition de droits de douane supplémentaires par les États-Unis, a fragilisé des équilibres construits de longue date. L'instauration de droits de douane de 15% pour l'accès au marché américain constitue un signal fort, dont les conséquences pour nos entreprises ne peuvent être ignorées.

Dns le même temps, l'Union européenne poursuit une politique commerciale qui peine encore à intégrer pleinement les réalités de certaines filières agricoles. Les négociations internationales conduites ces dernières années ont parfois conduit à des arbitrages défavorables à des productions sensibles, dont les fruits et légumes frais. Cette situation appelle une prise de conscience collective : la politique commerciale européenne ne peut durablement se construire au détriment de sa souveraineté agricole.

Malgré ce contexte contraint, notre filière a su obtenir des avancées concrètes. L'ouverture du marché mexicain, après plus de vingt-cinq années de négociation, constitue une réussite majeure. L'accord du Mercosur a également

permis de débloquent un dossier stratégique vieux de treize ans, en ouvrant le marché brésilien à l'échalote française. Ces succès démontrent que la persévérance et la constance finissent par porter leurs fruits, à condition que les filières soient pleinement soutenues dans leurs démarches.

À l'est, la Chine poursuit une politique de restrictions commerciales ciblant plusieurs produits agricoles européens. Si la filière française des fruits et légumes reste aujourd'hui relativement peu exposée, les difficultés persistantes d'accès à ce marché rappellent la nécessité d'une stratégie européenne plus ferme et plus cohérente face à ces pratiques. En 2026, nous espérons par ailleurs pouvoir rouvrir le marché indonésien, à la suite de la signature récente d'un accord de libre-échange avec l'Union européenne.

Soutenir les professionnels de notre filière à l'international demeure au cœur de notre action. En 2025, un programme de promotion et de communication, soutenu par la Commission européenne, a été déployé en Asie. Il cible sept marchés – Vietnam, Thaïlande, Malaisie, Singapour, Hong Kong, Inde et Philippines – et prévoit, sur une durée de trois ans, la mise en œuvre d'actions de promotion, d'événements et de séminaires professionnels en lien avec les autorités et les

acteurs économiques locaux.

Au total, près de 2 800 opérations de promotion en points de vente ont été réalisées dans 17 pays. En Europe, nos campagnes digitales et événementielles ont permis de toucher un large public, notamment en Espagne, au Portugal et en Allemagne.

Nous avons également renforcé notre présence sur les salons internationaux. En 2025, près de 50 entreprises françaises nous ont accompagnés sur sept pavillons. Le salon de Madrid a, quant à lui, confirmé son rang de premier rendez-vous mondial des fruits et légumes frais, avec plus de 120 000 visiteurs en trois jours.

En 2026, nous continuerons de renforcer notre veille internationale afin de fournir à nos professionnels les informations les plus pertinentes sur l'évolution des marchés. Nous poursuivrons notre accompagnement sur les salons professionnels et nos campagnes de communication dans les principales zones géographiques. Enfin, nous continuerons à porter des actions en faveur de la simplification administrative et de l'ouverture de nouveaux marchés, afin de soutenir la compétitivité de nos filières dans un environnement mondial en constante évolution.

Commission Internationale

## Présentation de la commission (stratégie, membres, budget)

La Commission Internationale est composée de plus de 60 membres. Elle a pour but de favoriser le développement des marchés des fruits et légumes frais que ce soit en Europe comme dans le monde. Elle intervient notamment dans les domaines suivants :

- 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'information sur les échanges internationaux et le suivi des réglementations.

### MEMBRES DE LA COMMISSION INTERNATIONALE

#### FNPF

Adeline Gachein

#### LÉGUMES DE FRANCE

Marc Kerangueven

#### GEFEL

Christophe Belloc  
François Laffite

#### FELCOOP

Marc Peyres  
Cédric Gallot  
Brahim El Hasnaoui

#### COORDINATION RURALE

Christian Schievone  
Sylvain Rooy

#### CONFÉDÉRATION PAYSANNE

Camille Changeon

#### ANEEFEL

Joël Boyer  
Bruno Volanteri  
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 Gomes

### 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 Blottière

François-Xavier Salmon  
tifanette

### EXPERTS À LA DEMANDE

Didier Crabos  
Cofruid'Oc

Béatrice Chaufaillie  
Perlim

Jean-Baptiste Pinel  
Primland

Vincent Guerin  
ANPP

Raphaël Martínez  
ADP 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

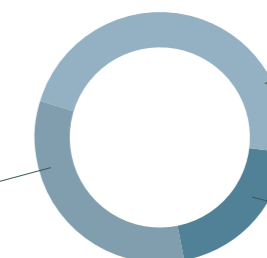
FranceAgrimer

Hopscotch Season

### BUDGET COMMISSION INTERNATIONALE 2025 RÉPARTITION PAR TYPE DE FINANCEMENT

<b>Total réalisé</b>	<b>5 443 843 €</b>
Budget CVE	1 801 411 €
Budget FAM	-
Subventions EU	2 541 384 €
Budget autre	1 101 048 €

33 % Budget CVE



47 % Subventions UE

20 % Autre



Commission Internationale

## Négociations internationales. Période de l'action : janvier à décembre 2025

**Objectifs :** Représenter la filière des fruits et légumes frais pour négocier l'ouverture de marchés à l'international, suivre les protocoles d'exportation et développer des coopérations avec des pays à échanges réciproques.

En 2025, dans un contexte international instable marqué par des tensions géopolitiques, des aléas climatiques et des incertitudes économiques, les échanges mondiaux de produits agricoles restent perturbés. La balance commerciale française des fruits et légumes frais se dégrade en volume et en valeur, en raison d'importations plus dynamiques que les exportations, accentuant le déficit malgré la résistance de ces dernières sur certains marchés stratégiques.

Les exportations restent majoritairement orientées vers le marché européen, principal débouché,

avec des échanges intracommunautaires structurants mais à la dynamique modérée face à une concurrence accrue. Le Moyen-Orient se redresse progressivement, tandis que certains marchés asiatiques offrent un fort potentiel de croissance, constituant un levier pour réduire la dépendance à l'Europe et renforcer l'internationalisation. En revanche, les exportations vers l'Amérique du Sud ralentissent, voire reculent, en raison d'une offre accrue.

Les importations continuent d'augmenter en 2025, en volume et en valeur, concernant les agrumes,

bananes, fruits exotiques et certains légumes hors saison. L'Espagne reste le premier fournisseur, suivie du Maroc, tandis que les pays d'Amérique du Sud conservent un rôle clé, notamment pour les produits tropicaux.

**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 2025, les relations entre l'Union européenne et le Royaume-Uni se sont fortement rapprochées,



ouvrant la voie à la négociation d'un accord visant à fluidifier les échanges commerciaux entre les deux parties. À terme, un accord SPS pourrait être conclu, à l'image de ceux existant entre l'Union européenne et la Norvège ou la Suisse. Celui-ci permettrait de réduire les contraintes administratives, notamment en supprimant l'obligation de recourir à des certificats phytosanitaires.

### Asie

Dans cette zone, le président Daniel Sauvaitre a accompagné le commissaire européen Christophe Hansen au Japon en juin dernier afin de soutenir l'ouverture du marché à la pomme européenne. Par ailleurs, des inspecteurs thaïlandais ont conduit un audit en France relatif à la poire, en vue d'une ouverture prochaine du marché. Enfin, plusieurs réunions ont été tenues avec la délégation de l'Union européenne afin de lever les obstacles à l'accès au marché indonésien.

### Moyen-Orient

En 2025, les tensions sont demeurées élevées malgré l'accord de cessez-le-feu entre Israël et le Hamas. Les Houthis ont poursuivi leurs actions de perturbation dans le détroit de Bab el-Mandeb, entraînant une déviation des flux maritimes via le cap de Bonne-Espérance. Néanmoins, la campagne de commercialisation dans la zone a enregistré un net regain, porté par la faiblesse de la production turque.

### Amériques

L'année 2025 a été marquée par deux avancées majeures dans cette zone. Après 25 ans de négociations, un protocole d'accord a été signé entre la France et le Mexique, autorisant l'exportation de pommes françaises, en présence du président Daniel Sauvaitre et du ministre du Commerce extérieur, Laurent Saint-Martin. Par ailleurs, malgré les tensions entourant l'accord MERCOSUR, la France a obtenu l'ouverture du marché brésilien aux échalotes françaises, à l'issue de plus de 13 ans de négociations.

### Afrique

L'influence chinoise continue de s'ancre durablement en Afrique, avec le développement des infrastructures portuaires érigées en pivot stratégique de son expansion. En Afrique du Sud, la logistique terrestre demeure fragilisée, compromettant la fiabilité des chaînes d'approvisionnement.

### Dialogue institutionnel

Tout au long de l'année, la Commission internationale a entretenu un dialogue étroit avec les ministres successifs du Commerce extérieur, Laurent Saint-Martin puis Nicolas Forissier, ainsi qu'avec le conseiller de la ministre de l'Agriculture, François Blanc. Les principales demandes ont porté sur la simplification administrative, notamment la suppression des certificats de conformité, l'amélioration de l'ergonomie et de l'utilisation d'Exp@don 2, ainsi que l'accélération des processus de priorisation des dossiers au sein des comités SPS.



VOLUME	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Evol. 24/25
Exportation de Fruits & Légumes	2 484 276	2 354 770	2 362 883	2 086 158	2 040 133	2 032 707	2 001 383	2 157 195	2 159 683	2 190 521	2 202 599	1%
Importation de Fruits & Légumes	5 248 617	5 443 323	5 561 861	5 641 461	5 595 077	5 579 480	5 859 704	5 688 603	5 558 182	5 719 870	5 874 096	3%
Solde commercial	- 2 764 341	- 3 088 553	- 3 198 978	- 3 555 303	- 3 554 944	- 3 546 773	- 3 858 321	- 3 531 408	- 3 398 499	- 3 529 349	- 3 671 497	4%
VALEUR	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	Evol. 24/25
Exportation de Fruits & Légumes	2 653 894	2 659 490	2 703 378	2 391 199	2 382 850	2 447 928	2 532 196	2 802 766	3 179 008	3 268 885	3 341 401	2%
Importation de Fruits & Légumes	6 249 839	6 656 783	6 961 650	6 828 160	6 966 935	7 417 037	7 717 566	8 201 867	8 821 088	9 127 167	9 811 791	8%
Solde commercial	- 3 595 945	- 3 997 293	- 4 258 272	- 4 435 961	- 4 584 085	- 4 969 109	- 5 185 370	- 5 399 101	- 5 642 060	- 5 858 281	- 6 470 390	10%

## Salons Internationaux

**Ponctué par de nombreux salons internationaux et européens, ainsi que de rencontres professionnelles et institutionnelles essentielles, l'année a démontré l'importance stratégique de ces événements 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.**

Cette année encore, le salon FRUIT LOGISTICA, qui s'est tenu en février à Berlin, a constitué un rendez-vous important pour la filière des fruits et légumes frais. Avec plus de 2 600 exposants issus de 90 pays, cette édition 2025 a offert un cadre propice aux échanges professionnels et institutionnels, particulièrement appréciés des participants qui y ont trouvé de précieuses opportunités pour débattre des défis et perspectives à venir pour la filière. Si le flux de visiteurs s'est montré plus mesuré que lors des éditions précédentes, la qualité des rencontres et la richesse des discussions ont largement prévalu sur la quantité. La mise en avant des produits français a, une fois de plus, été assurée avec brio, grâce aux créations du MOF Primeur Jean-Luc Botti et aux équipes du chef Charles Soussin, qui ont su offrir aux visiteurs une expérience gustative haute en couleurs et en saveurs, illustrant avec éclat la diversité et l'excellence de nos fruits et légumes. La Tour Eiffel, fidèle à sa vocation symbolique et désormais signature du pavillon français, composée entièrement de fruits et légumes, a une nouvelle fois capté les regards

et incarné avec force et originalité le savoir-faire français, apportant une touche de vitalité et de convivialité à ces trois jours d'événement. Dans cette même dynamique, le Moyen-Orient a été le théâtre d'une présence française particulièrement intense. En amont du salon GULFOOD, plusieurs actions menées sous la bannière du programme européen #EuropeNeverTooGreen ont permis de faire rayonner nos produits sur la zone arabe : formation culinaire auprès de l'école Ducasse d'Abu Dhabi, atelier autour de la pomme française à la Saint-Valentin à Dubaï, ou encore le festival « Taste of Dubai », lors duquel le chef Charles Soussin a proposé plus de 6 500 dégustations en trois jours. Le salon GULFOOD



est venu conclure cette séquence, réunissant 6 entreprises françaises pendant cinq jours autour d'opportunités d'échanges et de rencontres avec des professionnels du monde entier. L'événement a également été marqué par des visites institutionnelles de premier plan, dont celle de M. Jean-Christophe Paris, Consul de France à Dubaï.

En avril 2025, Interfel a renforcé sa présence en Amérique du Sud avec une deuxième participation au salon Fruit Attraction de São Paulo, confirmant le potentiel de ce marché stratégique. Cinq entreprises françaises ont pris part à cet événement qui a favorisé des échanges enrichissants et ouvert de belles perspectives commerciales avec des acteurs locaux et régionaux. Cette édition a également été marquée par des rencontres institutionnelles de qualité, notamment lors d'un déjeuner convivial organisé en présence de Mme Alexandra Mias, Consule de France à São Paulo, et de Mme Bénédicte Beneut, Conseillère Agricole. Ces moments ont mis en lumière l'attractivité du marché sud-américain pour les exportations et importations françaises de fruits et légumes.

En septembre, Interfel a participé au salon Asia Fruit Logistica à Hong Kong, rendez-vous



### PÉRIODE DE L'ACTION

Janvier à décembre 2025

### 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.

### CHIFFRES CLÉS

**50** entreprises françaises présentes sur les salons professionnels

**2** salons en Europe (Espagne et Allemagne)

**5** salons dans les pays tiers (Émirats Arabes Unis, Brésil, Hong Kong, États-Unis et Chine)



incontournable qui marque traditionnellement le lancement officiel de la saison de la pomme française en Asie. Cette édition a confirmé son statut de plateforme stratégique pour la filière, rassemblant 14 000 visiteurs sur trois jours dans une atmosphère dynamique et propice aux échanges. Huit entreprises françaises ont pris part à l'événement, saisissant l'opportunité de renforcer leur présence sur ce marché clé et de nouer des contacts prometteurs en amont de la campagne commerciale. Dans un contexte favorable, sans perturbations climatiques, cette édition a permis de valoriser le savoir-faire français et d'explorer de nouvelles opportunités commerciales en Asie.

En Espagne, l'édition automnale de FRUIT ATTRACTION s'est tenue du 30 septembre au 2 octobre à Madrid, véritable temps fort professionnel et institutionnel pour la filière fruits et légumes. Ce salon majeur a été marqué par une belle dynamique collective et de nombreuses rencontres inspirantes tout au long de ces trois journées. Les produits français ont été mis à l'honneur sur le stand grâce aux animations vitaminées orchestrées par le Meilleur Ouvrier de France Éric Fabre et par l'équipe du chef

Charles Soussin, qui ont servi plus de 260 assiettes révélant toute la fraîcheur et la qualité de nos produits. Une ambiance dynamique renforcée par des activités sportives et ludiques, très appréciées par les visiteurs. Sur le plan institutionnel, le temps fort de cette édition a été le déjeuner convivial avec Mme Kareen Rispal, Ambassadrice de France en Espagne, en présence de Daniel Sauvaitre, président d'Interfel, et des professionnels de la filière. L'occasion d'échanger autour des défis et des ambitions du secteur pour l'avenir. Enfin, une soirée organisée à la résidence de l'ambassade a réuni plus de 200 professionnels français et européens, illustrant la solidité des liens tissés et l'engagement collectif pour promouvoir et soutenir la filière à l'échelle européenne.

Sur le continent américain, le salon GLOBAL PRODUCE & FLORAL SHOW s'est tenu en octobre à Anaheim, événement incontournable pour approcher le marché nord-américain. Interfel y a participé dans le cadre de la campagne européenne multi-programme menée en partenariat avec la filière espagnole du kaki Ribera del Xúquer et Freshfel, offrant un cadre privilégié pour renforcer les liens avec les acteurs internationaux et identifier de nouvelles

opportunités de développement. Aux côtés de cinq entreprises françaises, Interfel a accompagné pendant trois jours la promotion du savoir-faire et de la qualité des fruits et légumes français, favorisant de nombreux échanges et partenariats commerciaux. Fidèle à la tradition, notre équipe a également participé à la course caritative de 5 km organisée par la Foundation for Fresh Produce, un moment convivial ayant rassemblé des participants venus du monde entier.

Présent de nouveau au salon CIIE de Shanghai, en novembre, Interfel a vécu cinq journées rythmées par des rencontres, des échanges et des démonstrations culinaires mettant en valeur les produits français auprès d'un public toujours plus nombreux. 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 l'opportunité de recevoir M. Nicolas Forissier, ministre délégué chargé du Commerce extérieur, ainsi que M. Bertrand Lortholary, Ambassadeur de France en Chine, afin d'échanger sur l'importance stratégique du marché chinois.

## Communication Internationale

L'année 2025 a été marquée par une dynamique soutenue d'événements à l'international, avec une présence renforcée sur de nombreux marchés. Dans la continuité des campagnes européennes « EUROPE NEVER TOO GREEN », déployées en Asie et en Amérique du Sud (Colombie, Brésil, Équateur), puis avec le lancement des campagnes « EUROPEAN FRUIT & VEG, GROWN WITH CARE » au Proche et Moyen-Orient ainsi qu'en Amérique du Nord et du Sud (Canada, États-Unis, Brésil), ce sont au total 17 pays qui ont été valorisés, répartis sur quatre grandes zones. Cette dynamique s'est notamment illustrée par l'ouverture de nouveaux débouchés, avec l'envoi des premiers containers de pommes sur le marché philippin, une étape clé du développement à l'export, célébrée lors d'un événement festif de fin d'année aux Philippines sous la bannière Taste France, venant renforcer les liens avec les partenaires locaux.

Pour cette dernière année du programme en Asie, la tactique a frappé fort : d'un côté, elle a permis de sensibiliser les professionnels du commerce, partenaires clés pour booster la distribution et l'importance des fruits et légumes frais français et, d'autre part, d'aller directement à la rencontre des consommateurs par le biais d'actions variées proche de leur quotidien afin de leur faire découvrir toute la richesse et la diversité de nos produits.

**En Thaïlande**, 355 journées de promotion autour de la pomme ont été déployées dans les magasins des grandes villes, un record pour ce marché

stratégique. Les consommateurs thaïlandais ont également découvert diverses variétés de pommes françaises lors d'un événement presse qui a généré de nombreuses retombées médiatiques, renforçant ainsi la présence de la pomme française sur ce territoire porteur.

**Au Vietnam**, plus de 460 journées de promotion en magasin ont été organisées, complétées par des roadshows ayant mobilisé plus de 10 000 consommateurs sur 6 jours. L'action « Balade en France », organisée à Hanoï, a quant à elle attiré 500 000 visiteurs sur 3 jours, démontrant

l'engouement du public vietnamien pour les produits français.

**À Hong Kong**, l'événement organisé à la résidence de France a généré 38 retombées presse et une large couverture médiatique. Animé par le chef français Charles Soussin, ce moment de networking a réuni l'ensemble des professionnels du secteur des fruits et légumes, favorisant des échanges riches et stratégiques.

Dans les six pays asiatiques ciblés – Malaisie, Singapour, Hong Kong, Thaïlande, Vietnam et Inde – la mobilisation de nombreux KOL (Key

### PÉRIODE DE L'ACTION

Janvier à décembre 2025

### OBJECTIFS

Valoriser et accroître les exportations françaises de fruits et légumes frais sur les pays tiers en informant les principaux acteurs locaux (consommateurs, importateurs, distributeurs...)

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

### CHIFFRES CLÉS

17 pays-tiers

2 800

actions point de vente

160

KOL / influenceurs sur les 3 zones

168

roadshows touchant 85 500 personnes en Asie

75

jours aux Philippines dans 15 points de vente

1

pop-up à Dubai



Opinion Leaders) et chefs prescripteurs a fortement contribué à la diffusion des messages de la campagne. Grâce à leur crédibilité, ces influenceurs jouent un rôle clé auprès des consommateurs asiatiques, qui les considèrent comme des références en matière d'information et de tendances.

Aux Philippines, une rencontre presse a été organisée sous la bannière Taste France, mettant à l'honneur quatre variétés de pommes françaises : Gala, Granny, Candine® et Juliet®. Des chefs philippins ont réalisé à cette occasion des



démonstrations culinaires autour de recettes sucrées et salées, chaudes et froides, révélant toute la richesse gustative et la diversité des pommes françaises. L'événement a bénéficié d'un important relais médiatique et digital, avec la participation d'influenceurs et de médias locaux, suivi d'animations en points de vente sur une période de 75 jours dans 15 points de vente, avec plus de 20 200 quartiers de pommes distribuées.

### En Amérique du Nord et Sud

En Amérique du Nord, dans le cadre de ce programme européen mené avec le kaki

espagnol et Freshfel, les actions d'Interfel se sont concentrées en fin d'année sur les légumes et la pomme, avec un dispositif combinant promotions en points de vente, formations et activation de relais d'influence.

**En Colombie**, marché à fort potentiel pour l'offre française, 120 journées de promotion en points de vente ont permis de toucher 35 000 consommateurs, confirmant l'intérêt croissant pour des produits encore en phase de découverte.



**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 2 500 personnes. Grâce à ces animations itinérantes, les passants ont pu découvrir différentes variétés de pommes françaises dans une ambiance conviviale et propice à l'échange. L'ensemble de ces actions répond à un objectif stratégique : promouvoir les fruits et légumes

français, mettre en avant leur excellence gustative et stimuler l'intérêt des consommateurs pour générer des achats et faire émerger une véritable demande locale.

**Au Moyen-Orient** : Pour cette première année du programme nouveau européen au Moyen-Orient, de nombreuses actions d'information et de promotion ont été déployées dans cinq pays : Émirats Arabes Unis, Arabie Saoudite, Bahreïn, Qatar, Koweït. La stratégie s'est appuyée sur un dispositif diversifié : partenariats médias avec des chefs, influenceurs et journalistes, événements presse, participation au salon professionnel Gulfood, formations BtoB, animations grand public et opérations en points de vente.

**Aux Émirats**, trois sessions de formation destinées aux professionnels de la distribution – chefs de rayon et responsables de magasins – ont permis de sensibiliser 82 acteurs clés à la diversité des variétés de pommes françaises. En parallèle, des dégustations en format pop-up, organisées dans cinq pays du Golfe, ont offert aux consommateurs l'opportunité de découvrir la richesse aromatique des pommes françaises. Ces trois années d'actions ont poursuivi un objectif stratégique : sensibiliser les différents publics à la qualité de la production française, influencer positivement leurs habitudes d'achat et renforcer durablement les exportations dans la région. Les résultats confirment l'efficacité du dispositif : plus de 30 000 consommateurs ont été touchés via des dégustations et animations en magasins, générant la vente de plus de 8 000 kilos de pommes.



Commission Internationale

## Communication Europe

Entre consolidation des marchés et renforcement des actions, 2025 a été une année dynamique pour affirmer le rayonnement des produits français en Europe.

L'été 2025 a été particulièrement riche en actions de valorisation des fruits français en Allemagne, avec trois temps forts complémentaires. En juin, un événement d'influence multi-filières (Interfel, Interbev, Civa) a été organisé à Francfort sous forme de barbecue gastronomique, réunissant 18 influenceurs autour de 4 recettes créatives dont la mise en avant des abricots français. Cette opération a généré 65 contenus (stories et réels) totalisant plus de 880 000 vues. En juillet, 36 journées d'animations en points de vente dans l'enseigne HIT ont permis un contact direct avec

6 205 consommateurs qui ont dégusté 114 kg d'abricots, enregistrant une hausse spectaculaire de 73,7 % du volume de vente sur cette période. En août, Interfel a renouvelé sa participation au Gourmet Festival de Düsseldorf, le plus grand événement gastronomique en plein air d'Europe, cette fois sous la bannière Taste France. Pendant trois jours, les 100 000 visiteurs ont pu découvrir une sélection emblématique de produits français : baby kiwis, pommes et ail. Cette présence renforcée a permis 161 276 contacts directs, 22 669 interactions et la création de 61 contenus sur les réseaux sociaux.

Au second semestre 2025, plusieurs actions ciblées en partenariat avec le CNIPT et la FICT ont été déployées dans la péninsule ibérique afin de renforcer la visibilité des produits français. En Espagne, Interfel a participé à la 13<sup>ème</sup> édition du Marché des marchés à Barcelone en octobre, qui a rassemblé 80 000 visiteurs.

Une masterclass d'une heure dédiée aux fruits et légumes a réuni 70 participants autour de 2 recettes créatives, tandis que des spots promotionnels ont été diffusés sur les 100 écrans répartis dans les 42 marchés municipaux de Barcelone. Un reportage dédié aux fruits et légumes a également été réalisé par Canal Cocina. Le même mois, Interfel a été présent aux 10km de MercaMadrid lors de sa 7<sup>ème</sup> édition, distribuant plus de 100 tartelettes aux pommes aux 2 000 coureurs, avec un relais médiatique important via TéléMadrid et 27 passages sur Canal Cocina.

En novembre, le lancement de la Semaine Française chez Carrefour Espagne a marqué un temps fort institutionnel avec la présence de l'Ambassadrice de France Kareen Rispal et de la Directrice Générale de Carrefour Espagne, Elodie Perthuisot. Un show cooking coloré et



savoureux réalisé par le chef Charles Soussin a mis à l'honneur les pommes de terre et les pommes, suivi d'un cocktail pour 50 personnes.

**Au Portugal**, un dîner influenceurs a été organisé au Boubou's en décembre, le restaurant de la cheffe française Louise Bourrat (Top Chef France 2022). Cette soirée exclusive a réuni 10 influenceurs et permis de toucher plus de 200 000 contacts potentiels à travers les publications générées.

En collaboration avec le média Taste France Magazine (initiative du Ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté Alimentaire), de nouveaux contenus ont été développés pour mettre en lumière les filières françaises. Des reportages dédiés au mini kiwi et à la carotte ont ainsi valorisé la production française et le savoir-faire de nos professionnels auprès des marchés européens ciblés. Par ailleurs, des capsules réalisées avec Éric Fabre, MOF Primeur, sont venues compléter ce dispositif en mettant en avant les produits de saison. De nombreuses recettes telles que la recette du 14 juillet (Bastille Day), la soupe de Crécy pour Halloween, la pomme au four pour le ramadan (ciblant les villes du Moyen-Orient) et la pomme d'amour pour la Saint Valentin ont permis de mettre en avant les pommes françaises.

**Toutes nos actions européennes et internationales sont à retrouver sur nos réseaux sociaux**  
**Instagram @fruitvegfromfr,**  
**X @FruitVegFromFR,**  
**Youtube @fruitandvegfromfrance**  
**et sur notre compte**  
**LinkedIn @Fruit and Veg From France – Interfel**

### CHIFFRES CLÉS

9

nouveaux contenus avec Taste France Magazine

3 102 616

contacts touchés par les contenus

1 749 794

vues sur Instagram des nouvelles vidéos recettes et 1 235 000 vues des reportages filières et capsules saisonnières

100 000

visiteurs à Düsseldorf

1<sup>ère</sup>

participation au 10km du MercaMadrid



Bruno Vila  
(Légumes de France)  
Président délégué



Jeff Mahintach  
(FCD)  
Président exécutif



# COMMISSION ÉCONOMIE

## Édito des présidents de la Commission Économie

2025 constituait la dernière année du programme triennal 2022-2025 avec une feuille de route bâtie autour de 4 axes : observatoire économique (indicateurs, TAA, études...), harmonisation européenne et lutte contre les distorsions, amélioration logistique (traçabilité, emballages) et qualité/segmentation des produits (SIQO, accords qualité, démarches de certification...). Avec en toile de fond le suivi de la bonne exécution des engagements de l'axe B (compétitivité, innovation et investissement) du plan de souveraineté fruits et légumes et le lancement des conférences de la souveraineté alimentaire. Cette année fut également marquée par la préparation de la Stratégie Nationale pour l'Alimentation, la Nutrition et le Climat (SNANC) à laquelle Interfel a apporté sa contribution pour valoriser la place des fruits et légumes frais dans l'alimentation des Français

et mettre en avant leurs atouts nutritionnels et environnementaux.

Le mandat de la Commission Économie a été revu et affiné lors du séminaire du 10 avril afin de permettre un alignement complet de tous ses membres sur les ambitions stratégiques fixées pour cette commission, à savoir : « **viser l'adéquation de l'offre à la demande avec pour objectif final d'augmenter la consommation de tous les fruits et légumes frais (pluralité de l'offre) et la part de la production française. Cette commission doit être 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 d'outils et accords interprofessionnels applicables et appliqués, au service de la durabilité, la valorisation, la souveraineté alimentaire et la compétitivité**

**des entreprises de la filière.** »

Ce séminaire, chargé de définir les orientations stratégiques pour les 3 années à venir, a également permis de préciser les inflexions à donner aux travaux de la commission en identifiant 3 nouveaux axes à traiter en priorité :

- **Amélioration de la connaissance des marchés** : mieux structurer, partager et exploiter les données de marché, tout en distinguant clairement la connaissance des marchés (court terme, observation) de la prospective (moyen-long terme, anticipation).
- **Valorisation des études en recommandations opérationnelles** : valoriser l'expertise au service de la stratégie filière et de la compétitivité des entreprises.
- **Innovation dans le champ des accords interprofessionnels** : des accords reconnus, appliqués et valorisés.

### MEMBRES DE LA COMMISSION ÉCONOMIE

#### Collège Amont FNPF

Jérôme Jury  
Adeline Gachein  
Gilles Baraize (Directeur)

#### Légumes de France

Bruno Wachter  
Marc Keranguéven  
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 Schievenne  
Sébastien Heraud

#### CONFÉDÉRATION PAYSANNE

Clara Jaroussie  
Camille Changeon

#### Collège Aval ANEEFEL

Joël Boyer  
Bernard Gerin  
François Dalle  
Valérie Avril (Directrice)

#### UNCGFL

Bruno Bernard-Coffre  
David Dubuc  
Xavier Martin  
Hermine Chombart de Lauwe

#### SAVEURS COMMERCE

Chrystel Teyssedre  
Christophe Fouet  
Marie Daniel (Directrice)

#### FCD

Jeff Mahintach (Président exécutif)  
Antoine Gricourt  
Hugues Beyler (Directeur)

#### FCA

Luka Lefort  
Maxime Grouard  
Nathalie Morgand

#### RESTAU'CO

Yves Friot  
Marie-Cécile Rollin (Directrice)

#### SNRC

Aleksandra Nicolle

#### SNIFL

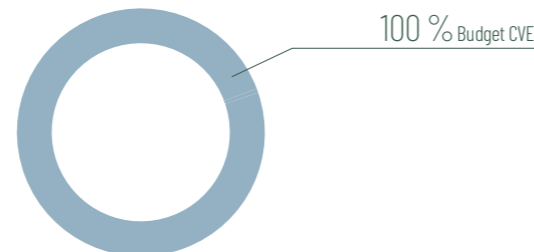
Denis Ginard  
David Patte (Directeur)

#### CSIF

Jean-François Vallet  
Véronique Le Bail (Directrice)

### BUDGET ÉCONOMIE 2025 RÉPARTITION PAR TYPE DE FINANCEMENT

<b>Total réalisé</b>	<b>1 562 494 €</b>
Budget CVE	1 562 494 €
Budget FAM	-
Subventions EU	-
Budget Autres	-



## Une inflation modérée en 2025 et une reprise prudente sur fond d'incertitudes géopolitiques

**En 2025, le contexte économique a continué de s'améliorer avec la confirmation de la désinflation amorcée depuis 2024, après des années 2022 et 2023 de progression soutenue ; une amélioration toutefois sans euphorie et fragilisée par les incertitudes politiques nationales et la poursuite de conflits géopolitiques internationaux.**

Après avoir modifié leurs comportements de consommation depuis 2022, les Français ont pu réduire leurs arbitrages de consommation dans cet environnement plus favorable et la consommation a pu rebondir partiellement. Sur l'année 2025, le PIB a ainsi progressé de +0,9 % vs +1,1 % en 2024. Le pouvoir d'achat du revenu disponible brut des ménages a progressé de +0,5 % par rapport à 2024, après une hausse de +2,5 % en 2024. En moyenne annuelle, l'inflation a ralenti et s'est établie à +1,0 % en 2025, vs +2,0 % en 2024, du fait de la poursuite du ralentissement de la hausse des coûts, notamment de l'alimentation, et du recul de l'énergie par rapport à 2024. Les produits alimentaires affichent une hausse de +1,2 % après une hausse de +1,4 % en 2024. Les produits frais ressortent à +1,0 % après une hausse de +1,9 % en 2024.

D'un point de vue climatique, 2025 a été une année chaude, avec des températures moyennes élevées qui font de cette année la 4<sup>ème</sup> année la plus chaude depuis les mesures de températures en 1900 (Météo France).

### Les français desserrent les contraintes tout en restant attentifs à leurs dépenses du quotidien

Après des années 2022 et 2023 où les Français ont modifié leurs comportements de consommation en réponse à la situation d'inflation globale, l'amélioration en 2024 et 2025 du contexte économique et la hausse de leur pouvoir d'achat, ont contribué à un desserrement de leurs contraintes et arbitrages de consommation. L'inflation demeure toutefois l'une de leurs principales inquiétudes (même si leur sensibilité aux prix diminue un peu) ainsi que la montée des conflits mondiaux. Ils ont ainsi réduit leurs arbitrages tout en restant vigilants sur leurs dépenses du quotidien, avec une attention portée

sur le gaspillage et la maîtrise de leurs quantités achetées par acte d'achat.

Ainsi, en lien avec une inflation modérée, une légère hausse des achats en volume des produits de grande consommation – frais libre-service est observée en 2025 par rapport à 2024 (après un léger recul en 2024 sur un an), portée par une reprise de la fréquence d'achat. Celle-ci est conjuguée à une légère « remontée en gamme »/valorisation des achats après 2 années 2022 et 2023 de glissement de gamme (descente de gamme dans les achats) et une année 2024 de stabilisation. Une poursuite du retour partiel des produits sous logos/labels est observée dans les paniers d'achat.

La consommation des produits frais traditionnels (PFT) a légèrement augmenté en volume sur un an pour toutes les catégories de produits, notamment les fruits et légumes frais.

**À noter que ces derniers ont eu une progression supérieure à celle de l'ensemble de cette catégorie. L'évolution en valeur en F&L frais (+5 %/2024) est expliquée par une hausse des volumes achetés (+3 %/2024) et une hausse du prix moyen payé à l'achat (de l'ordre de +2 %/2024) – hausse proche de celle de l'ensemble des PFT.**

### Des volumes en progression en lien avec une reprise de la fréquence d'achat

Après un point « bas » en 2024, les quantités achetées par ménage ont ainsi progressé en 2025 par rapport à 2024 (+3 %/2024), en lien avec une hausse de la fréquence d'achat, sans toutefois retrouver leur niveau d'avant crise sanitaire de 2019. Le panier moyen d'achat en volume est en recul, en lien avec la hausse de la fréquence d'achat, et l'on observe plus globalement une tendance à la baisse des quantités achetées par acte depuis 2022 avec la progression de l'inflation globale.

### Bio - une reprise progressive des achats en volume

En 2025, une poursuite de la tendance à l'amélioration a été observée sur la gamme bio, une « remontée » en gamme qui se poursuit après de premiers signaux en 2024, même si l'orientation du marché en volume reste à la baisse par rapport à 2019. La fréquence d'achat est en progression en 2025 par rapport à 2024, tout comme pour le global gamme. Et le panier moyen d'achat est remonté. Ainsi, une hausse des achats en volume a été observée (environ +6 %/2024). Les dépenses ont quant à elles progressé d'environ +8 %/2024. Pour en savoir plus, des éléments complémentaires sont disponibles dans le bilan et achats des ménages 2025 téléchargeable sur le site d'Interfel sur le lien suivant (en libre accès) :

[interfel.com/services/documentation/bilan-de-consommation-2025/](https://interfel.com/services/documentation/bilan-de-consommation-2025/)



## Une confiance des consommateurs envers les fruits et légumes frais réaffirmée

L'institut CSA Research a réalisé, sous la forme d'un sondage barométrique administré pour la 12<sup>ème</sup> année consécutive et financé par Interfel, une étude sur la confiance accordée par les Français dans les fruits et légumes frais. Au terme de cette année 2025, les Français accordent toujours une grande confiance à nos produits, avec 92 % des répondants indiquant avoir confiance dans les fruits et légumes frais.

La satisfaction est toujours au rendez-vous, avec 87 % des Français qui ont plaisir à consommer des fruits et légumes frais et plusieurs éléments de satisfaction qui progressent comme la qualité, le goût et notamment le prix. Dans un contexte d'inflation globale ralentie par rapport aux dernières années, le prix, restant dans les principaux critères de choix, bénéficie d'une satisfaction qui poursuit sa dynamique positive pour la

2<sup>ème</sup> année consécutive. Les principaux résultats de la vague 2025 de cette enquête ont été présentés en conférence de presse au Salon de l'Agriculture le 23 février 2026.

**Infographie et synthèse de l'enquête sont téléchargeables en libre accès sur le site d'Interfel aux liens suivants : [www.interfel.com/services/documentation](http://www.interfel.com/services/documentation) Baromètre de confiance 2025**



## Bilan des émissions de gaz à effet de serre et leviers de décarbonation de la logistique

Cette étude s'inscrit dans une démarche plus large d'évaluation des potentiels de réduction des émissions de gaz à effet de serre, du champ jusqu'à l'étal ou au restaurant. Pilotée par le pôle Compétitivité des entreprises, sous l'égide du GT Logistique et emballage, elle a été confiée au cabinet CPV Associés, spécialisé dans la chaîne logistique globale.

Les résultats mettent en évidence que la logistique des fruits et légumes frais génère 0,95 million de tonnes de CO<sub>2</sub>e par an, soit 18 % des émissions totales de la filière. Cette part se répartit entre 11 % pour le transport et 7 % pour le stockage et la conservation. L'étude montre également que le transport d'1 kg de fruits et légumes frais émet 0,07 kg de CO<sub>2</sub>e, tandis que le stockage et la conservation représentent 0,04 kg de CO<sub>2</sub>e. En moyenne, 1 kg de fruits et légumes frais parcourt 480 km entre sa mise en marché en France et

l'étal ou le restaurant.

L'analyse a permis d'identifier trois leviers majeurs de décarbonation du transport : réduire l'usage du diesel, diminuer le nombre de camions mobilisés et limiter les distances parcourues. Concernant le stockage et la conservation, les principaux axes d'amélioration reposent sur l'optimisation des pratiques, l'entretien des structures et un usage raisonné des équipements.

Afin d'accompagner les acteurs de la filière, trois livrables ont été mis à disposition sur le site internet d'Interfel, dans la rubrique « Documentation » : une synthèse, une plaquette technique et une calculatrice. Cette calculatrice, accessible aux seuls cotisants, permet d'estimer l'empreinte carbone logistique de sa structure, puis d'évaluer les réductions d'émissions envisageables selon différents choix de substitution au diesel.

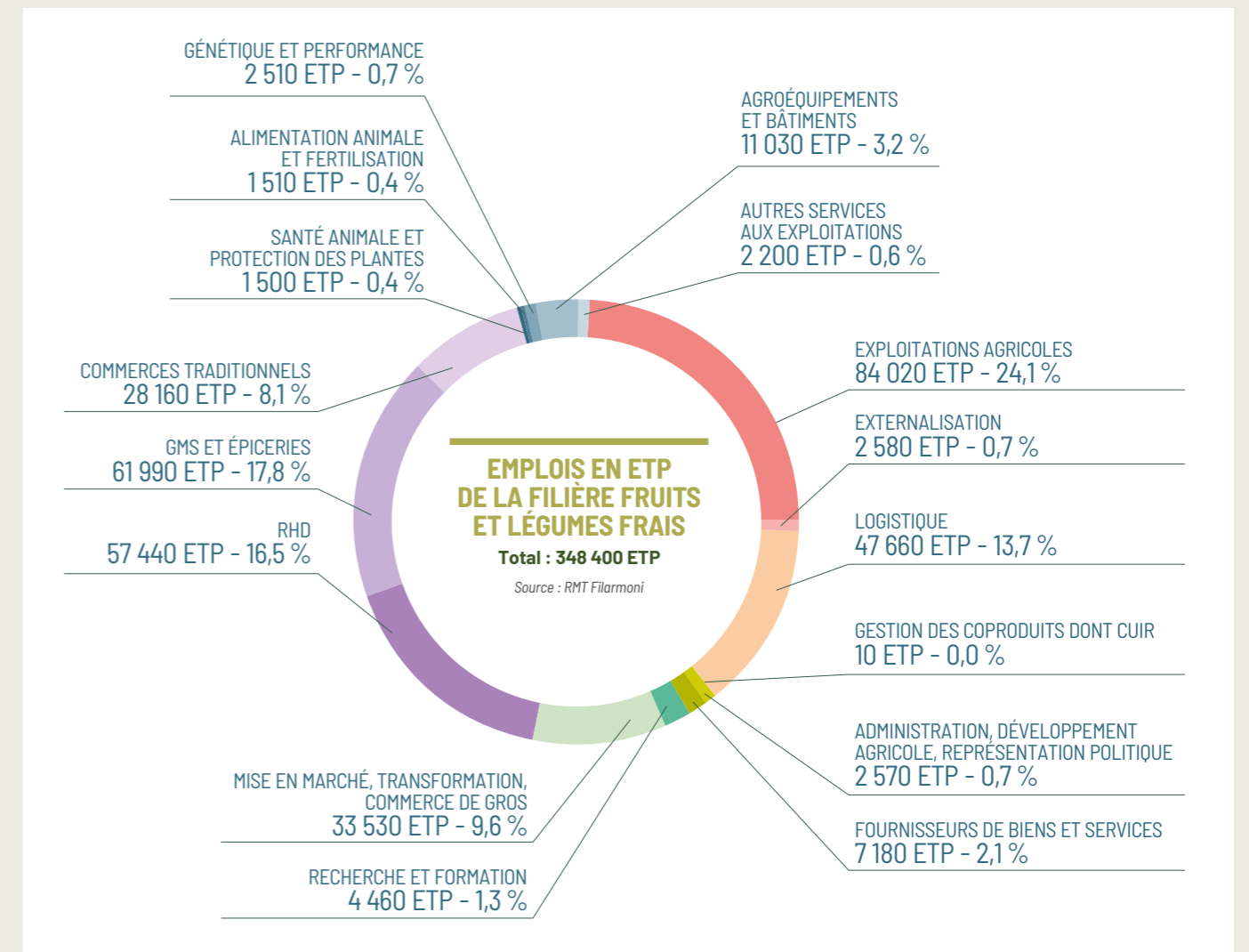


## Panorama de l'emploi dans les filières agroalimentaires

En 2022, le RMT Filarmoni, réunissant 18 partenaires de la recherche, du développement et de la formation, a conduit une étude sur les emplois des filières agroalimentaires végétales et animales en France métropolitaine. Cette analyse visait à quantifier les emplois directs et indirects. L'étude évalue à 3,2 millions le nombre d'ETP mobilisés, soit 4 % de l'emploi en France. Elle chiffre **626 000 ETP en agriculture (productions agricoles, cultures et élevages)**, **213 000 chez les fournisseurs de biens et services aux exploitations** (alimentation animale, nutrition des plantes, santé animale, protection des plantes, génétique et performances, agroéquipements

et bâtiments, autres services marchands amont), **596 000 pour l'aval des filières hors distribution** (mise en marché, transformation, commerce de gros, fournisseurs de biens et services aux entreprises, gestion des coproduits, dont cuir), 158 000 en logistique, **1,5 million dans la distribution et la RHD et enfin 52 000 dans le secteur public et parapublic** (organisations professionnelles, organismes de développement rural, recherche et formation, administration). Entre 2012 et 2022, les dynamiques du nombre d'ETP observées sont marquées par un recul dans la production agricole (-7,8 %), une progression des fournisseurs de biens et services aux exploitations (+19 %) et

une forte hausse dans la logistique (+96,6 %). Avec **348 405 ETP**, la filière fruits et légumes frais se situe au 5<sup>ème</sup> rang national derrière les céréales, le lait de vache, les vins et spiritueux et les herbivores viande. L'emploi est réparti comme suit : 25 % des ETP sont dans l'agriculture, 5 % pour les fournisseurs de biens et services aux exploitations, 12 % à l'aval de la filière hors distribution, 14 % pour la logistique, 42 % pour la distribution et la RHD et 2 % dans le public et parapublic. Entre 2010 et 2020, le périmètre fruits, légumes et horticulture a gagné 7 899 ETP, confirmant sa capacité à soutenir l'emploi et à renforcer son rôle dans les transitions économiques et territoriales.



## Étude sur la consommation de fruits et légumes frais chez les seniors en prestation de restauration

Dans un contexte marqué par le vieillissement de la population, Interfel a engagé des travaux dédiés à la consommation de fruits et légumes frais chez les seniors en restauration collective (EHPAD, hôpitaux, portage à domicile). L'objectif de ces travaux est d'identifier les freins et les leviers de consommation, d'analyser les contraintes spécifiques du secteur médico-social et de proposer des solutions concrètes permettant de renforcer la place des fruits et légumes auprès de cette population. Fondée sur une analyse bibliographique, complétée par des entretiens menés auprès de professionnels

du secteur, cette étude a permis de mettre en évidence des leviers opérationnels visant à favoriser la consommation des fruits et légumes frais chez les seniors. Ces leviers ont ensuite été traduits en fiches actions, afin de permettre aux établissements et aux acteurs du portage à domicile de s'en saisir de manière concrète et opérationnelle.

L'étude est accessible en ligne sur le site [www.interfel.com/marches-reglementations/connaissance-marches/rhd/outils/#etudesenior](http://www.interfel.com/marches-reglementations/connaissance-marches/rhd/outils/#etudesenior)



## Étude préparatoire à l'élaboration d'un kit de sensibilisation dans le cadre de la lutte contre la fraude à l'origine

La deuxième partie de cette étude débutée en 2024 portait plus spécifiquement sur la priorisation des principaux critères pertinents pour déceler la fraude à l'origine. Ce deuxième volet qui s'est déroulé sous forme d'un atelier mené au mois de septembre 2025 s'est appuyé sur l'analyse de cas concrets et sur la base des 12 critères de motivations identifiés dans l'étude menée par le cabinet Hybird en 2024 (Aléas climatiques, géopolitiques, crises sanitaires, approvisionnements, attributs

de produit, corruption, éthique, intensité concurrentielle, prix, aspects réglementaires, santé économique, stratégies d'entreprise, victimisation). Il ressort de ces travaux que la vigilance devrait porter en priorité sur les points discriminants suivants :

- **Prix** (Anomalies achat / vente / prix moyen)
- **Attributs du produit** (couleur, texture, goût, résidus de pesticides, données isotopiques)
- **Approvisionnements** (saisonnalité, calendriers

de production, volumes attendus, différence volume d'achat / prévision récolte, rotation) Et enfin sur les stratégies d'entreprise (comportements suspects) et la santé économique des opérateurs (informations financières, déclarations, ratio comptables). Les travaux vont désormais se poursuivre au travers d'un **kit de sensibilisation** à destination des professionnels, décliné en 4 volets (comprendre – détecter – prévenir – agir) et au bénéfice de toute la filière.

## Focus étude Produit : Les choux pommés, perception et attentes des consommateurs - Enquête 2025

Les études « produits » : exemple de l'étude « choux pommés ». 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. L'étude « Les choux pommés : perception et attentes des consommateurs » parue en juillet 2025 a permis de mettre en évidence plusieurs points clés. Cette étude avait pour objectif de mettre en évidence les préférences de consommation afin de mieux appréhender les attentes des consommateurs. Elle cherchait à connaître l'image, la connaissance ainsi que les modalités d'achat et de consommation du chou pommé telles que les freins à l'achat, les usages, les modes et

saisonnalité de consommation et les attentes éventuelles du consommateur vis-à-vis de ce légume, et plus particulièrement sur sa taille. L'évolution des achats analysés à partir du panel WorldPanel by Numerator (ex-Kantar) montre que les achats de choux pommés en volume et en valeur évoluent en dents de scie sur les quatre dernières années, dans un contexte de croissance régulière du prix moyen. Malgré des volumes de consommation notables, ce légume demeure encore peu connu, tandis que les comportements des consommateurs évoluent. Le profil de ses ménages acheteurs reste assez proche en termes de répartition de celui des légumes en général, avec un cœur de clientèle composé des personnes âgées de plus

de 60 ans. La répartition des achats des choux pommés selon la classe socio-économique diffère peu de celle des légumes en général : la part des classes aisée et moyenne supérieure est égale à celle des classes modeste et moyenne inférieure. L'analyse - qualitative et quantitative - des comportements d'achat et de consommation révèle que la culture du chou évoque peu de choses précises aux consommateurs, qui méconnaissent ses conditions et délais de culture avant récolte et l'apparentent à une salade dans la gamme des légumes.

**Pour en savoir plus :**  
**Les choux pommés : perception et attentes des consommateurs - CTIFL**





Commission Économie

## Les accords interprofessionnels

La conclusion d'accords interprofessionnels est une des missions essentielles confiées 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 de 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 :

### 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 auprès des professionnels de la filière des fruits et légumes frais qui sont représentés par ses organisations membres. Le produit de cette cotisation est affecté au financement d'actions collectives présentant un intérêt économique général pour les opérateurs. Cet accord interprofessionnel, dénommé

« cotisation ad valorem » (également appelé « accord CVE »), adopté en général pour une période de trois ans, fixe l'assiette et les taux de cotisation applicables.

Le nouvel accord CVE relatif au financement d'actions collectives dans la filière des fruits et légumes frais pour les années 2026 à 2028 a été adopté par la Conférence des Organisations professionnelles (COPN) d'Interfel le 9 juillet 2025 et étendu par un arrêté conjoint des ministres chargés de l'agriculture et de l'économie en date du 28 novembre 2025.

Les principaux changements prévus par le nouvel accord CVE portent sur les taux de collecte qui ont été abaissés en moyenne d'environ 10 % à la demande des organisations membres d'Interfel avec une sanctuarisation des financements dédiés à la recherche-expérimentation de 45 M€ sur 3 ans. Un mécanisme de révision des taux a également été introduit pour corriger le cas échéant, au cours des trois années d'application de l'accord, une décorrélation trop importante entre l'évolution de la collecte des cotisations et l'évolution de l'indice des prix à la consommation (IPC) hors tabac.

Le nouvel accord CVE couvre, jusqu'au 31 décembre 2028, l'ensemble des produits relevant du champ d'Interfel, à l'exception des végétaux

crus prêts à l'emploi (« VCPE »), dont l'extension est à ce stade limitée à l'année 2026. Cette prolongation temporaire, d'une durée d'un an et révisable, s'explique par un risque de recoupement de compétences avec l'interprofession des fruits et légumes transformés (Anifelt). En 2026, les deux interprofessions devront engager des travaux communs afin de clarifier leurs périmètres d'intervention respectifs.

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

En 2025, 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. Un nouvel accord a été adopté le 12 juin 2025, qui est entré en vigueur à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2026 pour une durée de 3 ans.

#### 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 le 12 juin 2025.

#### 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. Un nouvel accord est entré en vigueur le 6 juillet 2025, pour une période de 3 ans, soit jusqu'au 6 juillet 2028.

#### 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<sup>ère</sup> gamme, lorsque l'apposition d'une date est demandée par un client à son fournisseur. Cet accord, applicable jusqu'au 7 mars 2026, a fait l'objet d'une révision courant 2025 par les instances d'Interfel.

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

Au nombre de 10 en 2025, dont 7 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.

Parmi ceux-ci, 3 accords ont fait l'objet d'un retravail et du dépôt d'une nouvelle demande d'extension en 2025. Il s'agit des accords relatifs au calibrage du concombre, aux dates de récolte et de commercialisation et à la maturité des kiwis Hayward et aux règles de calibrage et de conditionnement pour le melon Charentais.

Les instances d'Interfel ont également décidé en 2025 de modifier les dates d'entrée en vigueur de ces différents accords, qui ne seront plus alignées sur des années civiles mais sur le calendrier de la campagne de commercialisation pour chaque produit concerné.

PRODUIT CONCERNE	OBJET DE L'ACCORD	STATUT DE L'ACCORD EN 2025
Concombre	Calibrage	Non étendu
Echalote	Calibrage	Étendu
Kiwi Hayward	Date de récolte, Date de commercialisation, Maturité	Partiellement étendu
Melon Charentais	Calibrage, Conditionnement	Partiellement 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



## Le contrôle des accords interprofessionnels par le GIE Expertise et Contrôle

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 était composé en 2025 de 9 experts produits, dont 1 référente Fruits et Légumes et 1 référent pomme de terre, répartis sur tout le territoire métropolitain.

Intervenant sur l'ensemble du territoire national, le corps de contrôle et expertise intervient tout au long du circuit de commercialisation, à tous les stades, et opère de manière inopinée.

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

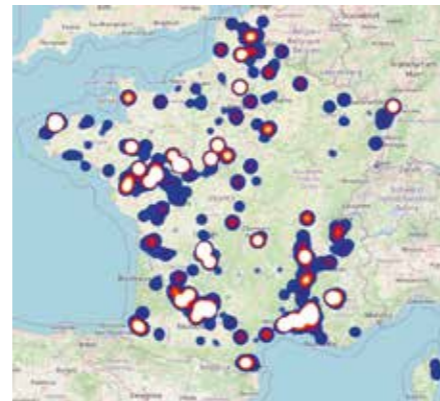
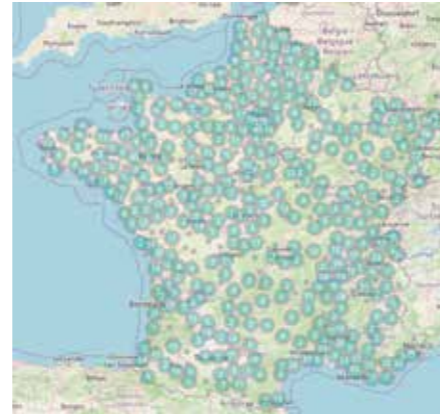
En parallèle du contrôle des accords interprofessionnels, les Experts-Produits du GIE Expertise & Contrôle concourent à la bonne utilisation du logo « Fruits & Légumes de France » et de ses déclinaisons. Sur le terrain, ils vérifient le respect du règlement d'usage et de la charte

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 2025, près de 3600 points de vente ont été contrôlés sur toute la France, permettant le contrôle de plus de 44 650 lots de fruits et légumes.

Dans un contexte d'évolution des ambitions et du financement des 2 interprofessions membres fondatrices du GIEC, à savoir INTERFEL et le CNIPT, l'année 2025 fût une année de transition pour l'activité liée aux contrôles qui a abouti à l'annonce de la dissolution du GIEC et à une reprise de ses missions par le CTIFL en ce qui concerne la partie fruits et légumes frais.



### Experts Produits

**Lila BADIER**



**Jérôme COLSON**



**Anaïs DUVAL**



**Bruno CHAMBOLLE**



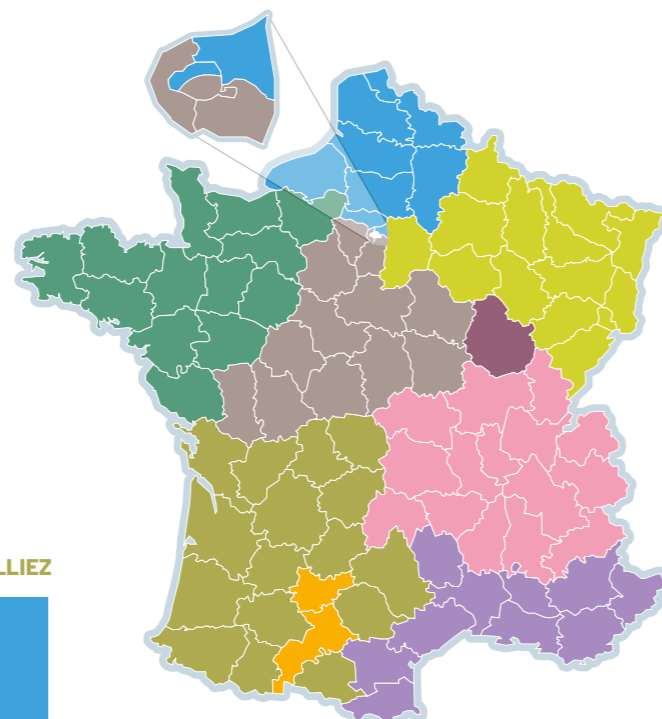
**Jérôme DROUYER**



**Rémi LANGLET**



**Romain THUILLIEZ**



## Comité RHD : connaissance, outils et transfert au menu en 2025

En 2025, le Comité RHD a consolidé son rôle d'instance de référence pour la restauration hors domicile autour de trois priorités : production de connaissances économiques et d'usages, accompagnement des acteurs face aux évolutions réglementaires (EGalim, HVE, emballages) et développement d'outils opérationnels. Structurés par des temps forts filière (Salon Restau'Co, SIRHA, RDV Restauration Collective), les travaux ont favorisé le partage, l'appropriation et la valorisation des résultats.

**Corapporteurs du Comité RHD en 2025 :**  
**Guy-Bernard Cordier (UNCGFL) et Mickaël Dubois (RESTAU'CO)**

En 2025, le Comité RHD a poursuivi le déploiement de sa feuille de route, avec pour objectif de mieux appréhender le secteur, d'anticiper ses transformations et d'accompagner les acteurs économiques.

### La connaissance : un levier stratégique

Premier axe structurant, le renforcement de l'intelligence économique a permis de mieux qualifier les usages et les dynamiques de consommation en restauration hors domicile. Plusieurs travaux majeurs ont ainsi été menés : étude FranceAgriMer sur la place des fruits et légumes en RHD, analyse des attentes des convives, ou encore exploitation des données issues des marchés publics. Dans leur prolongement, un travail de structuration et de croisement des données a été engagé afin de produire des supports synthétiques, lisibles et directement mobilisables par les professionnels de la filière.

### Un environnement en mutation à anticiper

Dans un environnement toujours en mouvement, le Comité RHD s'est attaché à accompagner les

acteurs face à ces évolutions. Les travaux du CNRC (Conseil National de la Restauration Collective) ont ainsi occupé une place centrale, notamment autour du suivi des objectifs EGalim et du développement d'indicateurs économiques, en particulier sur les produits de 4<sup>ème</sup> gamme. Parallèlement, le Comité s'est fortement mobilisé sur les enjeux liés à la certification environnementale et à la HVE, en identifiant les risques associés aux évolutions réglementaires pour l'approvisionnement en produits issus de démarches vertueuses en restauration collective et en avançant des propositions concrètes d'évolutions législatives. Enfin, les évolutions réglementaires relatives aux emballages – en particulier la mise en place de la Responsabilité Élargie du Producteur (REP) pour les emballages professionnels – ont fait l'objet d'un suivi approfondi et de décryptages réguliers à destination des acteurs.

### Le Comité au service des acteurs de la filière

Enjeu fort pour les professionnels, la production d'outils opérationnels a permis de traduire les travaux du Comité en solutions concrètes.

L'année 2025 a notamment été marquée par :

- la publication d'un support de synthèse des travaux du CTIFL sur l'impact de la liaison froide sur la qualité des fruits et légumes en RHD ;
- la finalisation de livrables visant à renforcer la

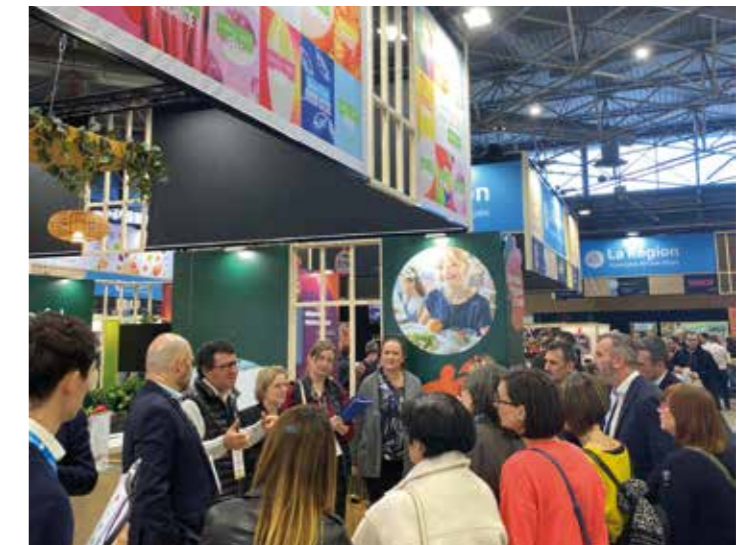


place des fruits et légumes auprès des seniors en prestation de restauration.

### Des temps forts pour fédérer la filière

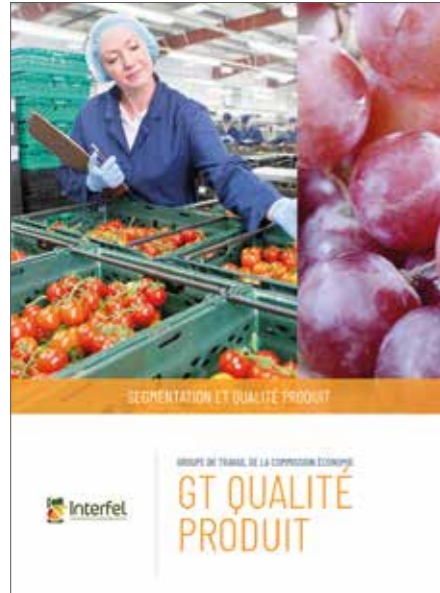
Ces travaux ont été rythmés par plusieurs temps forts structurants pour la filière : Salon Restau'Co, 4<sup>e</sup> RDV Interfel de la Restauration Collective ou encore SIRHA. Ces rendez-vous ont constitué de véritables temps de partage et de valorisation des travaux du Comité RHD, favorisant les échanges avec les acteurs de terrain, la diffusion des résultats et le renforcement des liens entre les différents maillons de la filière.

Au global, l'année 2025 confirme le rôle du Comité RHD comme instance stratégique au service de la filière, capable de produire de la connaissance, d'éclairer les décisions et de proposer des leviers concrets pour développer durablement la place des fruits et légumes frais en restauration hors domicile.



## GT Qualité Produit

Le pôle Segmentation & Qualité Produit traite les thématiques de réglementation et d'expertise 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.



Le Groupe de Travail « Qualité Produit » permet aux professionnels d'échanger collectivement sur tous ces sujets en lien avec la qualité et la segmentation des produits. Trois réunions du GT Qualité Produit se sont tenues au cours de l'année 2025 et deux GT ad hoc ont permis d'approfondir des sujets de manière spécifique (l'un sur l'accord interprofessionnel pêche et nectarine et le second sur les travaux concernant la lutte contre la fraude à l'origine). Concernant le travail sur les Accords Interprofessionnels « qualité », après les précisions faites à la demande des pouvoirs publics de préciser la méthodologie d'échantillonnage et de contrôle, l'action du groupe de travail s'est focalisée sur les critères nécessaires pour obtenir l'extension des accords interprofessionnels. Des travaux ont notamment été menés par le CTIFL afin d'établir une grille de correspondance poids-diamètre en pomme afin de faciliter le cas échéant pour tous les opérateurs le marquage au poids.

### Focus sur les accords interprofessionnels qualité retravaillés en 2025

#### ACCORDS RENOUEVÉS EN 2025

**Échalote - Calibrage** : Prolongement à l'identique de cet accord encadrant les pratiques de calibrage pour une durée de 3 ans à compter du 01/01/2025.

**Kiwis - Maturité** : Reconduction à l'identique de l'accord pour 3 ans à compter du 01/10/2025.

**Pêche Nectarine - Maturité** : prolongation par avenant de l'accord à l'identique en 2025, le temps de mener une réflexion sur l'évolution de l'accord avec au final la décision de le conserver en l'état en calant la date d'entrée en vigueur de cet accord sur le début de la saison dès le 01/04/2026 pour une durée de 3 ans.

**Raisin - Maturité** : Reconduction à l'identique de l'accord qui fixe le respect d'un taux de sucre minimal sur 10 variétés à compter du 01/01/2025.

#### ACCORDS TRAVAILLÉS POUR RENOUEVEMENT EN 2025

**Concombre et Melon - Calibrage** : ces accords qui précisent les échelles de calibrage n'ont pas fait l'objet de demande d'évolution sur le fond et ont été reconduits à l'identique pour une durée de 3 ans. Ils sont entrés en vigueur au 01/01/2026.

**Pomme Granny - Maturité** : L'accord n'a pas fait l'objet d'une modification sur le fond (encadrement de la maturité de la pomme de variété Granny Smith, dès sa récolte et jusqu'à sa commercialisation sur le territoire français). Un travail est en cours pour sa demande d'extension afin que les règles de maturité à la récolte et les dispositions de qualité dans les circuits de commercialisation s'appliquent à tous. Il entrera en vigueur au 01/07/2026.

**Pomme - calibrage** : Cet accord a été prolongé en 2025 afin de mener les travaux pour répondre aux demandes de l'administration et recalculer cet accord

sur les dates de récolte. Un travail de mise à jour de la grille d'équivalence poids-diamètre a été réalisé par le CTIFL en 2025. L'accord interprofessionnel a été entériné par les membres de l'Interprofession en mars 2026 et une demande d'extension a été déposée auprès de l'administration. L'accord entrera en vigueur au 01/07/2026 pour une durée de 3 ans.

**Prune conditionnement** : Après échanges entre les membres de l'interprofession, le périmètre de cet accord a été élargi et devrait s'appliquer à toutes les prunes dès lors qu'elles sont conditionnées en France. Une demande d'extension a également été formulée et est en cours d'examen. L'accord entrera en vigueur au 01/06/2026 pour une durée de 3 ans.

L'ensemble des Accords Interprofessionnels et documents associés sont accessibles à partir de l'espace Documentation du site [www.interfel.com](http://www.interfel.com).

#### FOCUS SUR LES NORMES DE COMMERCIALISATION

Le groupe de travail est régulièrement interrogé par les pouvoirs publics pour donner la position de la filière dans le cadre des travaux de la section spécialisée sur les normes de commercialisation en fruits et légumes auxquels l'administration participe.

Les membres du GT qualité ont notamment été questionnés en 2025 sur l'évolution des normes CEE-ONU suivantes : raisin de table, pois, poires, agrumes, pruneaux, noix en coque / autres fruits à coque ou en cerneaux.

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 ».



#### Logo Fruits et Légumes de France et 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, noix de France et amandes de France** (2025). Pour plus d'informations sur la démarche, nous vous invitons à consulter le site [www.interfel.com/services/logos-de-france](http://www.interfel.com/services/logos-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 la contrer plus efficacement. Interfel prend en charge une partie du montant des analyses de laboratoire réalisées par les organisations professionnelles engagées dans la constitution de référentiels permettant de comparer et discriminer les échantillons (RMN, isotopiques ou autres).

En 2025, les travaux ont également été poursuivis autour de l'analyse des critères discriminants permettant d'étayer les demandes d'enquêtes en cas de suspicion de fraudes. Ces travaux prolongent le premier travail d'identification mené en 2024 par le cabinet Hybird sur la matrice de vulnérabilité (cf partie études).

#### Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO)

En 2025, la filière fruits et légumes frais compte 67 SIQO (hors agriculture biologique), dont 32 IGP, 13 AOP et 22 Label Rouge.

Les études réalisées à la demande d'Interfel ont montré l'intérêt des professionnels de disposer d'un observatoire afin de mieux connaître la

situation des SIQO et de leur écosystème sur le territoire. 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 mis en place fin 2023 est réalisé chaque année à partir notamment de l'enquête menée par l'INAO et d'autres sources de données existantes. Cet observatoire est conduit dans le cadre de la Task Force SIQO qui s'est réunie en avril 2025 afin d'échanger sur ces données pour notamment mieux comprendre la dynamique du marché des fruits et légumes sous SIQO. Les professionnels ont par ailleurs validé l'intérêt de se réunir au sein de cette Task Force afin d'échanger sur les positions interprofessionnelles à porter le cas échéant auprès des instances de représentation, de l'INAO et des pouvoirs publics

français et européen (ex : partage d'éclairages en amont de réunions propres aux structures SIQO, selon les besoins).

Interfel a également relayé et appuyé la campagne de communication menée par l'INAO sur les SIQO : Il y a des signes qui ne trompent pas/ signes officiels de confiance. Cette campagne à l'attention du grand public (vidéo RS, animations en GMS, etc...) portait sur l'ensemble des 5 SIQO : AOP, IGP, STG, Label Rouge et AB et s'est déroulée en 2025 sur 3 temps forts (Une action estivale pour valoriser les filières de printemps et d'été, une action de rentrée autour des 90 ans de l'INAO et une Quinzaine de la qualité et de l'origine, du 15 au 29 novembre 2025). Ces actions ont été bien accueillies. Le baromètre d'Interfel réalisé en fin d'année a montré une progression de la visibilité des IG en 2025 avec une hausse de notoriété de +7 points pour les IGP et +4 points pour les AOP.

\*Le Bio faisant l'objet d'un suivi et d'un observatoire économique à part





## GT suivi de marché

Tout au long des campagnes, le GT suivi de marché permet de développer la connaissance des marchés et d'intensifier le dialogue interprofessionnel pour fluidifier les relations commerciales au sein de la filière et optimiser la commercialisation des fruits et légumes frais. En 2025, 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 33 réunions visio/téléphoniques qui ont permis de suivre le pouls des marchés tout au long des campagnes.

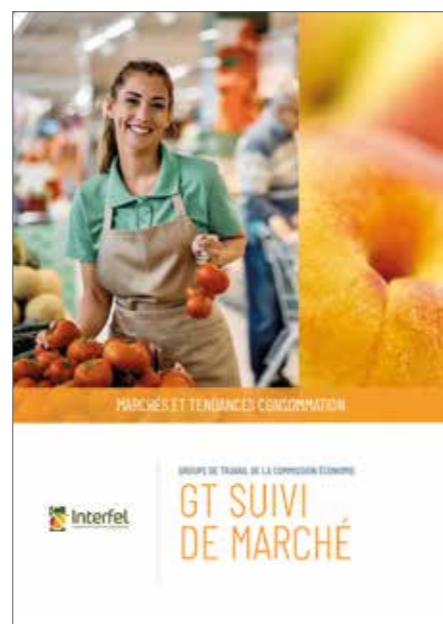
En parallèle, Interfel a poursuivi en 2025, sur les périodes de printemps, été et automne-hiver, la mesure de l'activité commerciale des marchés de gros et de la distribution grâce à l'outil « baromètre aval ». L'outil complémentaire du « tableau de bord consolidé » hebdomadaire, présentant différents indicateurs économiques de suivi de marché, a été poursuivi et optimisé en 2025. Les événements marquants des campagnes ou les temps forts

de communication ont donné lieu à la diffusion en 2025 de 17 bulletins d'informations filières et de 6 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 11 mars pour préparer le lancement des campagnes de printemps, puis, le 27 mai a été organisée la réunion de lancement des campagnes d'été (format visio). Une troisième réunion, en visioconférence également, a été organisée le 21 octobre pour préparer le lancement des campagnes d'automne-hiver. Pour clôturer l'année, une journée nationale, qui s'est déroulée le 27 janvier 2026 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 2025 et d'échanger sur l'optimisation des outils à disposition pour la campagne 2026. La mobilisation des professionnels, pour cette réunion, est toujours aussi importante.

Lien vers la plaquette de présentation du GT : [interfel.com/services/documentation/plaquette-gt-suivi-de-marche](https://interfel.com/services/documentation/plaquette-gt-suivi-de-marche)



## GT indicateurs

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 pour mieux piloter les stratégies filières, 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 2 fois en 2025, 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 2025 la publication sur son site internet des Indicateurs EGAlim relatifs à l'évolution des facteurs associés aux coûts de production. Ces indicateurs, mis en ligne chaque mois depuis février 2019, sont élaborés par le GT Indicateurs en collaboration technique avec le CTIFL. Dans un contexte 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. A noter, en 2025, ajout d'indications d'évolutions par rapport à 2020.

### Suivi des données statistiques

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'OFPM (Observatoire de la Formation des Prix et des Marges des Produits Alimentaires) et les méthodologies des enquêtes menées par les services officiels comme celles du Service de la Statistique et de la Prospective de l'Agreste. Des échanges se poursuivent avec le SSP et la DGPE pour challenger la méthodologie d'élaboration des données de la SAA (Statistique Agricole Annuelle).

### Suivi d'une étude sur la décomposition du prix des fruits et légumes

Dans le cadre du programme d'études économiques de la Commission Économie, le GT indicateurs a travaillé sur le suivi d'une étude réalisée par le CTIFL en 2025 sur la décomposition du prix (au stade détail) des fruits et légumes frais.

Le GT Indicateurs a également pu suivre les travaux du CTIFL sur la mise à jour 2025 du diagramme de la filière (données moyenne 2023-25).

Il a enfin piloté l'expérimentation d'un suivi de données de promotions radio via l'outil AdScope de Kantar Média en lien avec le GT suivi de marché.

### Mise en place d'une étude d'approfondissement sur les crises de marché

A la suite des travaux menés en 2023 en collaboration avec FranceAgriMer autour de la révision du mode de calcul de l'indicateur de marché du RNM, une première étude avait été réalisée en 2024 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. Fort des premiers enseignements tirés de cette étude, la Commission Économie

d'Interfel a été favorable à la poursuite de ces travaux par le cabinet Tera via la mise en place d'une étude d'approfondissement autour des crises de marché afin de qualifier ces dernières et objectiver les situations rencontrées par typologie de produits et de contextes via l'analyse de plusieurs cas. Cette étude vise à proposer des pistes d'amélioration en termes de moyens d'action et d'indicateurs de suivi.

Lien vers la plaquette de présentation du GT : [interfel.com/services/documentation/plaquette-gt-indicateurs](https://interfel.com/services/documentation/plaquette-gt-indicateurs)

### ÉTUDE DÉCOMPOSITION DU PRIX F&L FRAIS



Frais de production, conditionnement et distribution



Production et protection des cultures



Stockage et conservation

Conditionnement et distribution des produits



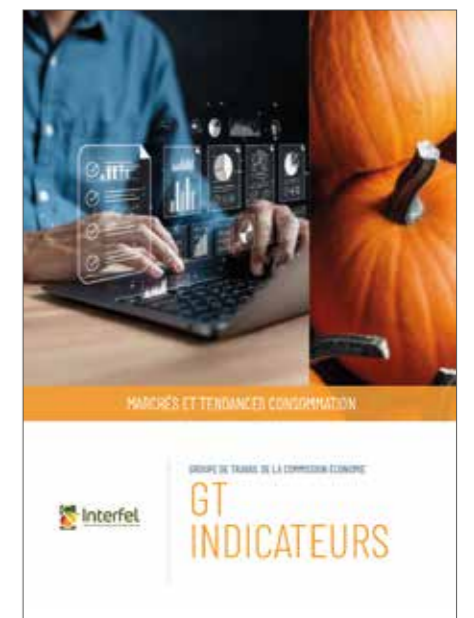
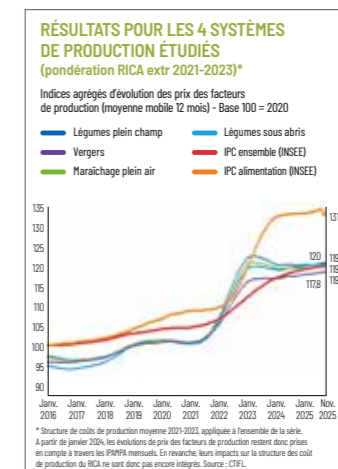
Frais de main-d'œuvre/personnel



Autres charges externes



TAV et marge



## GT Logistique & Emballage

En 2025, le groupe de travail Logistique et Emballage s'est réuni à cinq reprises. Conformément au mandat confié par la Commission Économie, ce groupe de travail permet d'approfondir les aspects techniques des accords logistiques, avec en ligne de mire, en 2025, le renouvellement de l'accord relatif à la reconnaissance et à la valorisation des standards de palettisation. Face aux enjeux spécifiques liés à la Responsabilité Élargie du Producteur (REP) pour les emballages professionnels, une Task Force dédiée a été mise en place. Tout au long de l'année, le GT s'est penché sur le décodage des réglementations relatives à la REP des emballages professionnels et au PPWR, le calcul des émissions de gaz à effet de serre de la logistique et l'amélioration de la traçabilité dans la filière. Les actions présentées ci-après s'inscrivent dans une dynamique collective et illustrent l'engagement de la filière en faveur de la décarbonation et de l'amélioration continue des pratiques pour concilier performances environnementales et économiques.

**Co-référents :**  
**Christophe Rousse (FELCOOP)**  
**Philippe Mahé (FCD)**

### Renouvellement de l'accord interprofessionnel « Reconnaissance et valorisation des standards de palettisation »

L'accord interprofessionnel « Reconnaissance et valorisation des standards de palettisation » a été renouvelé à l'identique pour les trois prochaines années sans demande d'extension. Cet accord interprofessionnel vise à harmoniser les standards de palettisation et à encadrer leur valorisation dans les relations commerciales entre fournisseurs et clients. Il définit plusieurs formats de palettisation, en identifiant une palettisation « de référence ». L'accord précise également que toute utilisation ou demande d'un autre standard conforme doit faire l'objet d'échange sur la valorisation selon différents moyens identifiés. L'accord a ainsi vocation à sécuriser les pratiques commerciales, tout en s'appuyant sur des pratiques de palettisation partagées par les acteurs de la filière.

### Bilan des émissions de gaz à effet de serre et leviers de décarbonation de la logistique

Cette étude s'inscrit dans une analyse globale des potentiels de réduction des émissions de gaz à effet de serre, du champ jusqu'à l'étal ou au restaurant. Pilotée par le pôle Compétitivité des entreprises sous l'égide du GT Logistique et emballage, elle a été réalisée par le cabinet CPV Associés, spécialiste de la chaîne logistique globale (pour plus d'informations, se référer à la partie études).

### Une contribution active du GT Logistique et Emballage à la mise en œuvre de la REP des emballages professionnels

Dans la continuité des travaux entrepris dans le cadre de la responsabilité élargie du producteur

(REP) en 2024, Le groupe de travail Logistique et Emballage a été mobilisé en 2025 sur le décodage de la nouvelle responsabilité élargie du producteur concernant les emballages professionnels, dont l'entrée en vigueur est prévue pour 2026. À cet effet, une Task Force dédiée a été mise en place, notamment pour alimenter les différentes contributions et les travaux engagés par la DGPR.

Par ailleurs, des échanges ont été menés avec les différents éco-organismes candidats à l'agrément de cette nouvelle REP, afin de leur partager les attentes et les positions des professionnels. L'objectif étant de permettre une meilleure compréhension du dispositif et une mise en œuvre plus fluide pour les professionnels.

### Un PPWR (Règlement européen relatif aux emballages et aux déchets d'emballages) à mettre en œuvre

2025 a été l'année de la publication au Journal Officiel de l'Union Européenne du PPWR, avec un besoin des professionnels, à la fois d'information et de décodage. Une demande a également été portée de pouvoir contribuer techniquement, au vu de l'expérience déjà acquise avec la mise en place de la loi AGECE, à l'élaboration des textes venant préciser ce règlement. Ainsi, le GT a largement contribué à l'appel à données de l'EFSA afin de pouvoir établir la liste des fruits et légumes qui pourraient être exemptés de l'interdiction des emballages plastiques. Ces travaux se poursuivront en 2026, avec également une attention particulière sur la notion de « producteur » qui viendra impacter la REP Emballage Professionnels au niveau national.

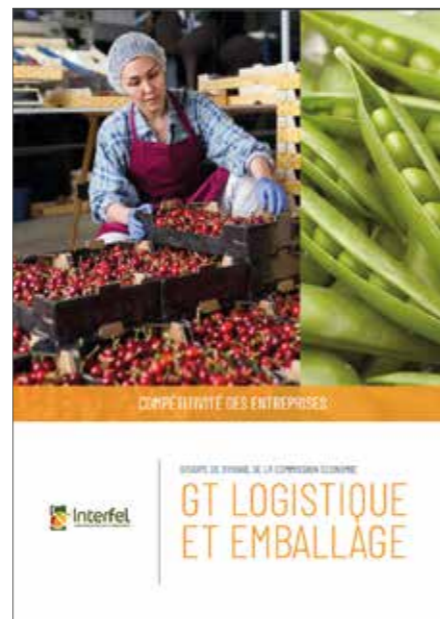
### Projet F&Lin : demande de financement pour améliorer la traçabilité des fruits et légumes frais

F&Lin est un projet multipartenaires visant à élaborer un référentiel ouvert de traçabilité des fruits et légumes frais, ainsi qu'un dispositif d'autoévaluation fondé sur ce référentiel. La fin de l'année 2025 aura permis de finaliser

un consortium d'entreprises volontaires pour participer au projet. Ce consortium réunit des acteurs représentatifs des différents maillons de la filière. Le CTIFL est désigné référent technique et Interfel chef de file. L'objectif poursuivi en 2026 par les professionnels est de se faire accompagner sur ce projet, notamment dans le cadre du guichet « Résilience et capacités agroalimentaires 2030 » porté par Bpifrance.

**Une plaquette descriptive des actions du GT logistique et emballage est à retrouver sur le site Interfel, dans la partie Documentation :**  
**[www.interfel.com/services/documentation/plaquette-gt-logistique-et-emballage](http://www.interfel.com/services/documentation/plaquette-gt-logistique-et-emballage)**

Intitulé de l'action	Responsable	Début	Fin	Statut	Notes
...	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...
...	...	...	...	...	...



## GT Juridique

**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, rattaché à la Direction Stratégie Filière.**

Réuni le 26 mars 2025, le GT juridique a consacré ses échanges à deux accords interprofessionnels structurants : l'un sur la sécurisation des prix hors lieux de vente (PHLV), l'autre sur les réfections tarifaires. S'agissant de l'actualité législative et réglementaire, le GT juridique du 26 mars 2025 a échangé sur les sujets suivants :

- La proposition de loi visant à renforcer la stabilité

économique et la compétitivité du secteur agroalimentaire présentée à l'Assemblée nationale le 13 février 2025 ;

- Le Rapport d'information du 25 février 2025 sur l'évaluation de la loi EGalim ;
- Le lancement de l'expérimentation du « rémunérascor » ;
- La révision ciblée du règlement portant organisation commune des marchés agricoles (OCM).

Cette réunion a également marqué le lancement de la refonte du guide des bonnes pratiques en matière de prestations de service dans la filière des fruits et légumes frais.

Destiné à encadrer les modalités de facturation des services entre acheteurs et fournisseurs, ce guide propose, en s'appuyant sur la pratique décisionnelle des tribunaux, des repères pour les opérateurs en distinguant les pratiques conformes de celles à éviter. Élaboré en 2015, le guide actuel nécessite une mise à jour importante. Les travaux de rédaction devraient débiter en 2026, avec une publication de la nouvelle version envisagée entre fin 2026 et début 2027.

## GT Énergie

**La fin de l'année 2025 a marqué l'arrêt de l'ARENH (Accès régulé à l'électricité nucléaire historique), dispositif français imposant à EDF de céder une partie de sa production d'électricité nucléaire à ses concurrents à un tarif fixé par l'État. Ce mécanisme visait à soutenir la concurrence sur le marché de l'électricité tout en garantissant une stabilité des prix pour les fournisseurs alternatifs.**

À compter de janvier 2026, l'ARENH est remplacé par le VNU (Versement Nucléaire Universel). Dans ce nouveau cadre, le prix de l'électricité n'est plus administré par l'État, mais davantage indexé sur les prix des marchés de gros. Lorsque ces prix

dépassent un certain seuil, une partie des bénéfices réalisés par EDF sera reversée aux consommateurs. Toutefois, ce dispositif ne s'applique que sur la période d'avril à octobre et non pour les mois d'hiver. Cette limitation soulève un enjeu particulier

pour la filière des fruits et légumes frais, au sein de laquelle plusieurs entreprises présentent une consommation électrique significative en période hivernale, notamment pour le stockage de longue durée des fruits et légumes ou la culture d'endives. Face à cette évolution réglementaire, le GT Énergie a rédigé et transmis une note à la CRE ainsi qu'aux pouvoirs publics afin de demander le maintien du VNU sur l'ensemble de l'année.

## Stratégie Produits

### Groupe Réflexion Produits (GRP) Melon

Le GRP melon a été mis en place fin 2023 par le Conseil d'Administration d'Interfel, et tout au long de l'année 2024 différents ateliers et réunions du GRP ont eu lieu, avec la méthode de l'intelligence collective proposée par le cabinet Fruits de Valeur qui a été choisi pour accompagner l'animation et les travaux du GRP. Ce GRP a eu pour objectifs de fluidifier les relations commerciales et d'améliorer la communication entre les différents maillons de la filière amont – aval.

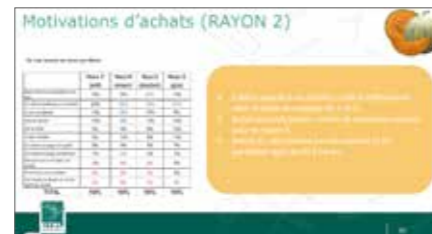
Parmi les différentes pistes d'actions identifiées, le souhait notamment de disposer d'éléments complémentaires permettant de **mieux cerner le comportement du consommateur en point de vente** (identifier voire quantifier les leviers de consommation selon les cibles, en lien avec la segmentation). Aussi, le Conseil d'Administration d'Interfel a été favorable à la reconduction du GRP en 2025 et au déblocage d'un budget ad hoc pour finaliser les travaux du GRP melon au travers de la réalisation d'une étude du CTIFL.

**Ainsi, une étude consommateurs a été réalisée en zone expérimentale de vente du CTIFL à la**

**Maison des Fruits et Légumes entre août et septembre 2025, sur un échantillon de 158 panélistes représentatifs de la population française.**

A travers la mise en situation du consommateur dans des conditions réelles (reproduites de façon artificielle dans une zone expérimentale de vente), l'objectif de l'étude a été d'analyser et de mesurer le **potentiel de différents leviers sur la consommation de melon :**

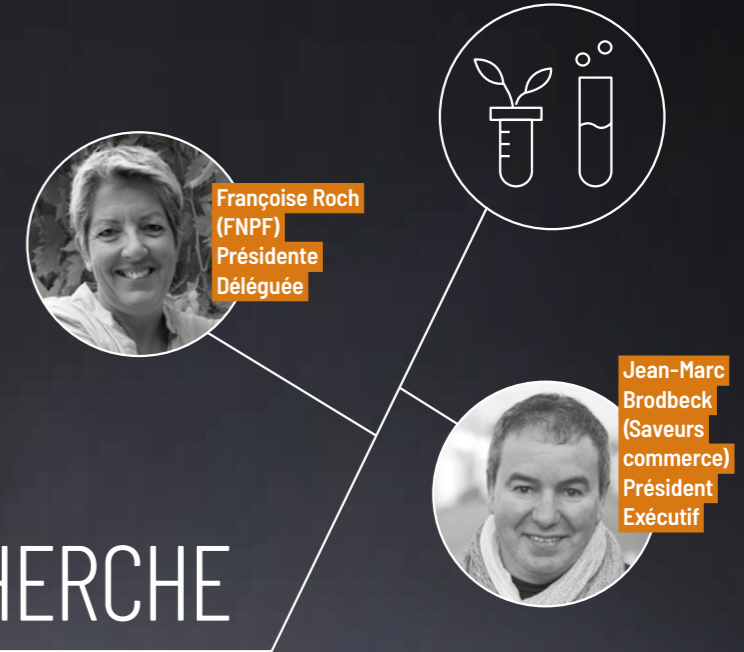
- l'impact d'une valorisation en point de vente (**théâtralisation**) sur les achats de melon et la perception des panélistes ;
- la mesure des préférences d'achat selon différentes modalités : **vente à la pièce versus au poids** selon des **calibres différenciés**.



Les résultats de l'étude sont principalement les suivants :

- sur le volet de la **théâtralisation** du rayon, un accroissement du taux d'acheteurs de melon a été observé, mais la non-significativité de ce résultat incite à utiliser ce levier en combinaison avec d'autres leviers pour obtenir un effet plus impactant.
- un besoin d'évaluer le **rapport coût/bénéfice de la mise en valeur du rayon**.
- une **référence** des consommateurs pour **certaines communications** (fiche informative, paille).
- **des habitudes d'achats ancrées** : une nette préférence pour l'achat à la pièce en déclaratif (par habitude) mais un intérêt et un potentiel pour une offre de calibre différencié.
- **un besoin d'apprentissage** des consommateurs pour une offre différenciée vendue au poids.

Un document de synthèse de l'ensemble des travaux du GRP Melon est prévu en 2026 pour capitaliser sur les résultats obtenus et communiquer largement sur les pistes d'amélioration et de création de valeur identifiées.



# COMMISSION INNOVATION RECHERCHE





Commission Innovation Recherche

## Édito des présidents de la Commission Innovation Recherche

L'innovation et la recherche sont des domaines d'application indispensables pour travailler à une ambition commune que partagent tous les professionnels de la filière : développer la consommation de fruits et légumes frais et tendre vers ce kilo en plus de fruits et légumes frais dans le panier du consommateur. Au travers des priorités stratégiques renouvelées en 2024, les membres de la Commission Innovation Recherche continuent d'explorer une grande

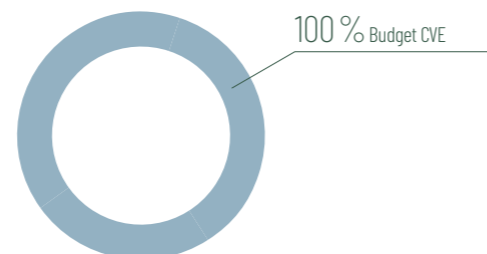
diversité de leviers permettant de faire face aux challenges que rencontrent les opérateurs de la filière : changement climatique, évolution des attentes sociétales, compétitivité, pression des bioagresseurs... De la recherche-expérimentation au transfert de connaissances, l'innovation et la recherche explorent les solutions de demain, plus que jamais essentielles dans un contexte économique, climatique et réglementaire en perpétuelle évolution.

### Membres de la Commission Innovation Recherche

<b>Collège Amont</b>	<b>Felcoop</b> Jean Nougailiac Albert Richard Hervé Conan	<b>Coordination Rurale</b> Sébastien Heraud Tristan Arlaud Patrick Pierre	<b>Collège Aval</b>	<b>Saveurs Commerce</b> Christel Teyssedre Jean-Marc Brodbeck Lionel Exbrayat	<b>CSIF</b> Alain Kritchmar
<b>FNPF</b> Françoise Roch Alban Lemazurier Adeline Gachein	<b>Gefel</b> Bruno Darmaud Jean-Louis Moulon Vincent Schieber (observateurs : Hugues Decrombecque / Alexandre Bonneau)	<b>Confédération Paysanne</b> Jonathan Chabert	<b>Aneefel</b> Philippe Dupont Sabine Alary Joël Boyer	<b>Restau'Co</b> Yves Friot	<b>SNIFL</b> Denis Ginard
<b>Légumes de France</b> Philippe Brehon			<b>UNCGFL</b> Guy-Bernard Cordier Hermine Chombart de Lauwe	<b>SNRC</b> Aleksandra Nicolle	<b>FCA</b> Nathalie Morgand Maxime Grouard Luka Lefort (observateur : Vincent Martin)

### BUDGET INNOVATION RECHERCHE 2025 RÉPARTITION PAR TYPE DE FINANCEMENT

<b>Total réalisé</b>	<b>15 654 509€</b>
Budget CVE	15 654 509 €
Budget FAM	-
Subventions EU	-
Budget Autres	-



Commission Innovation Recherche

## Une année de transition vers des priorités renouvelées

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.

PILIER 1

### ADAPTATION AUX CHANGEMENTS CLIMATIQUES

Thématiques principales des actions : conditions climatiques, carbone et climat, évolution variétale, eau, sol

PILIER 2

### COMPÉTITIVITÉ ET ROBOTISATION

Thématiques principales des actions : pilotage et optimisation, transport et logistique, structuration de filière, mécanisation, automatisation et force de travail

PILIER 3

### VALORISATION

Thématiques principales des actions : goût, marketing et point de vente, emballages, praticité

PILIER 4

### PHYTOS ET SANITAIRE

Thématiques principales des actions : bioagresseurs, phytosanitaires, variétal, sanitaire

### Des travaux articulés autour de 4 piliers stratégiques

Forte d'orientations stratégiques renouvelées en 2024, la Commission Innovation Recherche poursuit sa mutation et la restructuration de ses travaux autour de ses 4 piliers hiérarchisés pour guider les travaux de recherche-expérimentation à horizon 2030.

La Commission Innovation Recherche a également travaillé en 2025 à la mise en place progressive d'une enveloppe financière dédiée permettant d'une part de gagner en souplesse avec une mobilisation de moyens de recherche à court terme sur des besoins ciblés en réponse à l'actualité, et d'autre part d'élargir les horizons avec le soutien de projets innovants sortant des sentiers battus.

### Un déplacement sur le terrain

Attachée à cultiver un lien de proximité avec le terrain et les équipes de recherche, la Commission Innovation Recherche perpétue la tenue annuelle d'une réunion de travail délocalisée permettant de dédier une séquence à la visite des installations et d'essais en lien avec les thématiques de la

commission. En 2025, c'est le centre CTIFL de Balandran qui a accueilli les membres de la Commission Recherche, l'occasion d'échanger avec les ingénieurs de recherche sur l'évolution des travaux sur la TIS (technique de l'Insecte Stérile) en cerisier pour lutter notamment contre *Drosophila suzukii*, les travaux variétaux en abricotier ou encore les essais en lien avec de développement de nouvelles cultures sur le territoire métropolitain.

### Exploration sur la thématique d'innovation variétale

Thématique transversale à l'ensemble des piliers de la Commission Innovation Recherche, l'innovation variétale joue un rôle central dans les perspectives de développement de la filière, qu'il s'agisse de l'amélioration de la production (adaptation au changement climatique, lutte contre les bioagresseurs...) ou de la réponse aux attentes des consommateurs. Dans ce cadre, la Commission Innovation Recherche a organisé en 2025 une journée d'échanges et de réflexions sur ce sujet pour resituer la place de l'innovation variétale dans les travaux de recherche, les études et le transfert aujourd'hui en fruits et légumes frais,

et évoquer plus en profondeur le sujet des NGT (New Genomic Techniques), au cœur d'un projet de réglementation spécifique au niveau européen. Les échanges ont permis d'aboutir à une note de position quant à l'évolution de la réglementation sur les NGT en mettant en exergue les points de vigilance pour la filière.

### LES CHIFFRES

**385\***  
projets actifs  
administrés par  
la Commission Innovation  
Recherche en 2024  
dont  
**68**  
nouveaux  
projets lancés  
dans l'année

\*Chiffres 2025 bientôt disponibles

## Des travaux structurants pour renforcer la durabilité de la filière

En 2025, le Comité RSE a poursuivi ses travaux dans un contexte national et international sous pression sur les questions de durabilité. Les travaux sont guidés par la recherche d'un alignement entre performance environnementale et performance économique pour installer une dynamique pérenne et permettre de valoriser les bonnes pratiques existantes tout en accompagnant les opérateurs de la filière dans le développement de pratiques toujours plus durables.

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

### Démarche de Responsabilité Sociétale de filière

Engagés depuis plusieurs années, les travaux sur la responsabilité sociétale de filière se sont poursuivis pour formaliser une démarche collective et volontaire qui a pour ambition de donner une vision globale moyen/long terme de la trajectoire de progrès dans laquelle souhaite s'inscrire la filière sur l'ensemble des thématiques clés de durabilité. L'année 2025 a permis de mettre l'accent sur l'identification des bonnes pratiques déjà en place et le travail sur une structuration fine des différents niveaux de la démarche en lien avec les enjeux actuels et les données disponibles.

### Stratégie décarbonation

En 2025, le Comité RSE a finalisé un travail de diagnostic complet de l'empreinte gaz à effet de serre (GES) de la filière, révélé pour la première fois au Salon International de l'Agriculture 2025. Ces travaux se sont appuyés notamment sur une étude ciblée sur la production et une autre sur la logistique aval, et montrent qu'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 un niveau relativement faible de 3%. Un éventail de leviers a été identifié posant les bases de la consolidation à venir d'une feuille de route filière. Les travaux s'appuient à présent sur la nécessité d'alignement de ces principaux leviers de décarbonation filière avec les dispositifs d'aides et financements proposés par les pouvoirs publics, ainsi que le relai d'outils concrets de diagnostic et de pilotage à destination des opérateurs de filière pour optimiser leur empreinte.

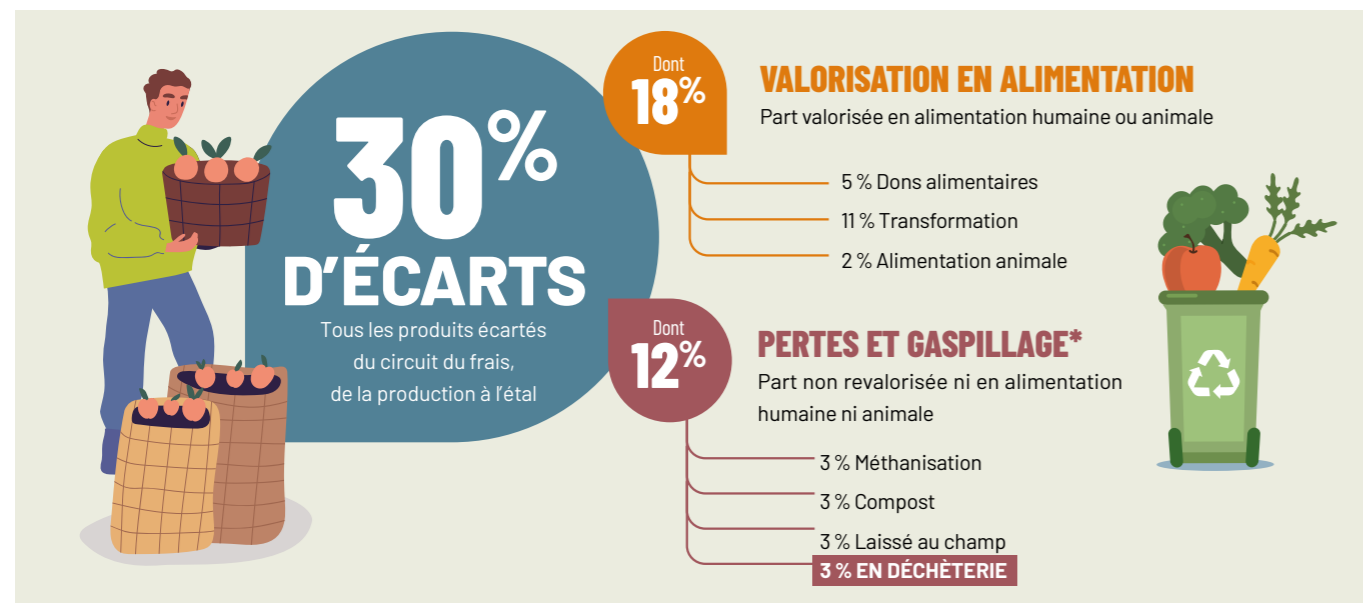
### Étude pertes et gaspillage en fruits et légumes frais

Le Comité RSE a mené en 2025 une vaste étude sur les pertes et gaspillages qui met à jour et approfondit les données d'une étude réalisée en 2015 sur le même sujet. L'objectif de cette

étude, co-financée avec FranceAgriMer était 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 et d'évaluer le niveau et les raisons du gaspillage au stade de la consommation à domicile. Les résultats mettent en avant que 30% des fruits et légumes frais à maturité destinés au marché du frais sont écartés du circuit de commercialisation à une des étapes (dégradation par les ravageurs, problématique d'équilibre offre/demande, non-conformité au cahier des charges client...) mais montrent également une grande complémentarité des moyens de valorisation de ces écarts, menant à un jet en déchèterie de seulement 3%. Le Comité RSE poursuit ses travaux sur les leviers d'actions pour continuer à améliorer les pratiques.



Le Comité RSE a enfin été actif pour suivre, anticiper et décrypter les évolutions réglementaires sur les sujets environnementaux et de durabilité : poursuite des travaux sur l'affichage environnemental, certification environnementale et HVE, suivi des exigences de reporting pour les entreprises (directive CSRD), etc.



## 2025 : une mobilisation renforcée pour accompagner la relance du marché des fruits et légumes bio

Dans un contexte de reprise progressive mais encore fragile du marché, Interfel a intensifié en 2025 ses actions pour accompagner la filière fruits et légumes biologiques. Entre dialogue renforcé avec les pouvoirs publics, amélioration des connaissances économiques, valorisation des productions et déploiement d'actions de communication ambitieuses, le comité bio s'est fortement mobilisé pour répondre aux enjeux structurels de la filière et soutenir son développement.

**Co-rapporteurs du Comité Bio en 2025 :**  
**Amont : Bruno Vila (Légumes de France)**  
**Aval : Emmanuel Eichner (SNIFL)**

### Un dialogue renforcé avec les pouvoirs publics

Cette année encore, Interfel a poursuivi son rôle d'interface avec les pouvoirs publics pour porter les enjeux de la filière. Une attention particulière a été portée à l'évolution du cadre réglementaire sur les systèmes dérogatoires des semences et plants biologiques, avec une implication accrue via l'intégration de l'animateur du comité bio au sein de la commission dédiée de l'INAO. L'interprofession s'est également mobilisée dans le cadre de la consultation de la Commission européenne sur la simplification du règlement bio, en relayant les positions et préoccupations de la filière.



### Mieux connaître les marchés pour mieux anticiper

L'année 2025 a marqué une avancée significative, avec l'aboutissement de l'étude du cabinet AGREX sur les rendements en fruits et légumes biologiques. Ce travail a permis d'établir des références sur 12 espèces, et d'évaluer des potentiels de production, confirmant ainsi des déséquilibres persistants entre offre et demande. Elle constitue une base pour les futures enquêtes annuelles conduites par le Service de la Statistique et de la Prospective. Interfel s'est également pleinement engagée sur l'enjeu clé de la fiabilisation des données de surfaces en bio, en mobilisant les acteurs concernés : Agence Bio, INAO et organismes certificateurs.

En parallèle, Interfel a poursuivi l'analyse régulière de la conjoncture économique au sein du comité bio, pour éclairer les évolutions du marché. Une nouvelle édition de l'Observatoire des fruits et légumes bio a été publiée, et l'étude annuelle sur les volumes de première mise en marché (campagne 2024), outil clé de connaissance du marché, a été conduite avec succès.

### Valoriser la filière à travers des prises de parole et événements clés

Interfel a contribué activement à la diffusion des connaissances et à la valorisation de la filière des fruits et légumes bio à travers

plusieurs interventions majeures en 2025. Les résultats de l'étude AGREX ont ainsi été présentés lors du salon Tech&Bio, à l'occasion d'une conférence dédiée, permettant de partager des éléments objectivés avec les professionnels et partenaires du secteur. L'interprofession était également présente au salon Natexpo Paris, avec un stand aux couleurs de la campagne « Jamais Trop ». Deux conférences ont permis de porter les enjeux de la filière : « Les clefs de la réussite pour développer l'origine France en fruits et légumes bio ? » et « Plus de bio dans nos assiettes : comment on fait ? ».

### Des actions de communication pour soutenir la consommation

En 2025, Interfel a décliné la campagne générique de l'Agence Bio en une version dédiée à nos produits diffusée autour de la journée européenne de la bio : « C'est bio les fruits et légumes frais ». Le dispositif combinant radio et formats digitaux a généré des résultats très positifs en termes de couverture, de reconnaissance et d'incitation à la consommation. Par ailleurs, Interfel a obtenu, avec le CNIEL, le financement d'un nouveau programme européen de communication pour 2026-2028 avec un budget global de 1,8 M€, financé à 70% par l'UE. Il vise à renforcer la reconnaissance du label bio et à développer la consommation de produits biologiques, en ciblant prioritairement les professionnels de la restauration collective et de la grande distribution. Il s'inscrit dans la continuité des actions engagées pour accompagner la relance du marché bio.



## Une deuxième édition réussie pour le Club Innovation

L'année 2025 marque la deuxième année de fonctionnement du Club Innovation d'Interfel dans sa nouvelle configuration. Rattaché au Conseil d'administration, le Club poursuit son objectif de renforcer la visibilité et la lisibilité des actions menées par les professionnels de la filière et notre écosystème autour de l'innovation. Sa dynamique repose sur deux piliers complémentaires : Les Remarquables, pour valoriser les initiatives, et ReFLex, pour inspirer la filière.

**Mentors :** Jean-Louis Moulon (GEFeL) et Georges Daniel (FCD)

### Valoriser avec Les Remarquables

Après une première édition en 2024 conclue par une remise des prix au SIAL, le Trophée « Les Remarquables » s'est inscrit en 2025 dans une logique de confirmation. Il témoigne ainsi de la capacité des acteurs de la filière à innover et à faire évoluer les pratiques au service de la consommation accrue de fruits et légumes frais. Pour rappel, ce trophée distingue des initiatives novatrices contribuant, directement ou indirectement, au développement de la consommation. L'édition 2025 a été accueillie par le SITEVI, qui lui a offert une tribune pour dévoiler le palmarès, renforçant ainsi la visibilité du dispositif.

Quatre lauréats et un prix « Coup de cœur » ont été distingués :

- **Amélioration continue** : IDA, déployée chez Coopérative U, pour sa plateforme d'intelligence artificielle optimisant les commandes de fruits et légumes en temps réel.
- **Transversalité filière** : les producteurs de l'AOP Tomates et Concombres de France, pour une barquette de tomates cerises contribuant à la souveraineté alimentaire.

• **Open innovation** : Les Fermes Debout, pour leur concept de fermes agroécologiques et robotisées permettant une production de légumes bio à grande échelle dans de meilleures conditions de travail.

• **Nouvel usage** : Les Nouvelles Fermes, pour leurs salades et aromates « vivants », cultivés en aquaponie et vendus avec leurs racines pour une fraîcheur prolongée.

• **Coup de cœur du jury** : Jow, en collaboration avec Intermarché, pour une campagne marketing visant à redynamiser la consommation de navets via des recettes simples et accessibles. Comme en 2024, le trophée a bénéficié du soutien du ministère de l'Agriculture et de la Souveraineté alimentaire.

### Inspirer avec ReFLex

En complément, le Club Innovation poursuit son travail d'analyse et de décodage des tendances de consommation à travers ReFLex, un cahier d'inspirations destiné à nourrir la réflexion des acteurs de la filière. L'ambition est de mieux saisir les évolutions des comportements alimentaires et de proposer des pistes concrètes d'innovation adaptées aux fruits et légumes frais. Le travail d'éditorialisation des thématiques de l'Eatertainment et de la Sensorialité, amorcées en 2025, donnera lieu à deux publications distinctes en 2026.

Dans cette continuité, le Club s'est à nouveau appuyé sur l'École de Design Nantes Atlantique pour explorer une problématique émergente : l'upcycling, appliqué aux fruits et légumes frais.

### Une dynamique collective tout au long de l'année

Le Club Innovation s'affirme comme un espace d'ouverture et d'échanges, réunissant des professionnels de la filière, ainsi que des collaborateurs d'Aprifel, du CTIFL et des partenaires d'Interfel. Cette approche favorise le partage d'expériences, la prise de recul et l'émergence de nouvelles idées. Des temps forts viennent rythmer cette dynamique, notamment lors du Salon de l'Agriculture, où le Club a organisé un tour du salon pour rencontrer des acteurs innovants, mais a également mis en avant les lauréats de la première édition des Remarquables, en profitant de même pour lancer la seconde édition du trophée.

Après avoir trouvé son rythme de croisière, le Club Innovation confirme son rôle structurant. L'année 2026 s'annonce ainsi dans la continuité, avec de nouvelles initiatives et inspirations au service du développement de la consommation de fruits et légumes frais.

[www.interfel.com/services/club-innovation](http://www.interfel.com/services/club-innovation)



# FONCTIONNEMENT OPÉRATIONNEL



## Direction des ressources humaines

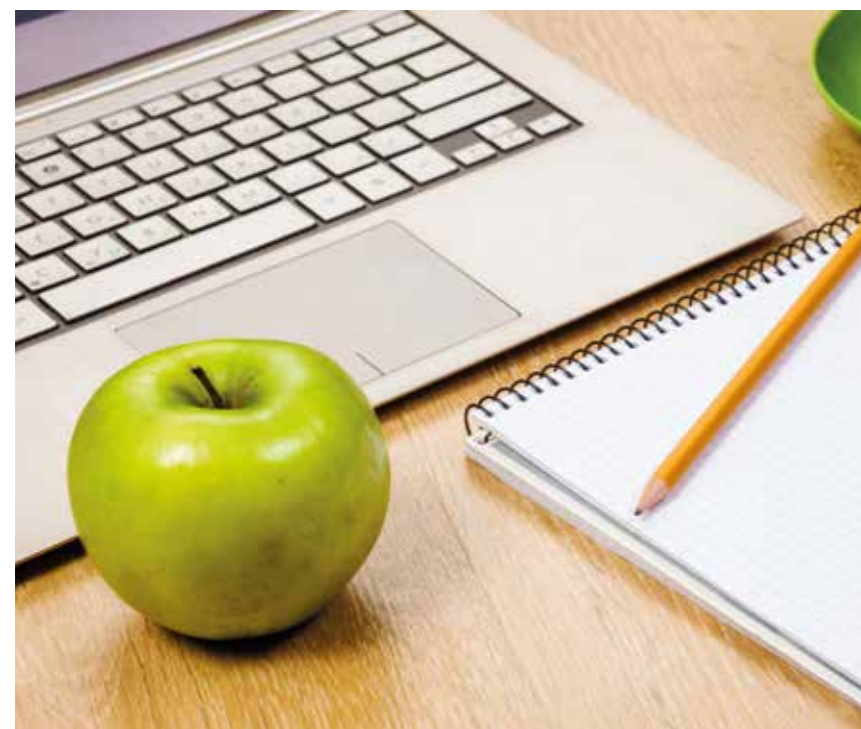
**Le « Bloc Social » lancé à plein régime : côté RH, 2025 a été une année à la fois dense et riche, tant sur le plan humain que sur celui des projets.**

INTERFEELGOOD pour commencer : après la « sortie de terre » du concept l'an passé, l'ensemble de la structure a mené une réflexion sur ses implications internes et sur la manière de traduire ce mot d'ordre en pratiques managériales concrètes et en véritable boîte à outils de fonctionnement. Cette démarche a abouti, au second semestre, à un guide complet, qui vient concrétiser l'esprit « Pro & Sympa » porté par la nouvelle Direction Générale. Côté projets, l'entretien annuel a été entièrement revu et adapté avec notre nouveau partenaire (LUCCA), reconnu pour ses solutions « RH 2.0 ». À la demande quasi générale, le GT Formation a également été relancé afin de structurer la politique de formation intra-services. Par ailleurs, un processus paritaire de suivi de l'accord d'intéressement a été mis en place.

En matière de turn-over, l'année 2025 marque un début de stabilisation, avec neuf recrutements « statutaires », compensés par une dynamique soutenue en lien avec les écoles

(dix alternants et huit stagiaires). Ce climat interne apaisé est confirmé par l'enquête « Choose My Company », qui positionne la structure, dans sa catégorie, parmi les entreprises « où il fait bon travailler en France ». Ce bilan positif n'aurait pas été possible sans l'implication du CSE, garant d'un dialogue social de qualité, ni sans le soutien de la communication interne (plus de trente newsletters, trois plénières RH, actions de cohésion). Il repose également sur l'engagement des équipes RH et des services généraux. Dès la rentrée, la DRH a ainsi élargi son périmètre aux services généraux, à la gestion du site MFL, ainsi qu'aux frais de structure et aux achats, avec un objectif de rationalisation et d'optimisation des coûts.

**Objectif 2026 : poursuivre cette dynamique tout en maintenant une gestion budgétaire maîtrisée.**



## LA MAISON DES FRUITS ET LÉGUMES

**Lieu d'échanges et de collaboration, la Maison des Fruits et Légumes continue d'accueillir les acteurs de la filière dans un cadre propice aux rencontres professionnelles et institutionnelles.**

### Des espaces repensés au service des occupants

En 2025, la MFL a poursuivi l'adaptation de ses espaces aux besoins de ses occupants. Le premier étage a ainsi été réaménagé à la demande des organisations professionnelles locataires afin d'améliorer la fonctionnalité de leurs espaces privés. Par ailleurs, les pratiques ont évolué avec la suppression des poubelles individuelles au profit d'un système d'apport volontaire, accompagné de nouveaux équipements, permettant d'optimiser le tri des déchets.

### Un engagement environnemental et solidaire

Dans une logique de réduction des déchets plastiques, le remplacement des fontaines à bonbonnes par des fontaines raccordées au réseau a été engagé. L'engagement solidaire s'est également poursuivi avec la reconduction de la collecte au profit de l'association REJOUÉ : 60 kg de jeux et jouets ont été collectés, favorisant leur réemploi, soutenant l'insertion professionnelle et permettant d'offrir des cadeaux à des enfants en situation de précarité.

### Des perspectives d'amélioration continue pour 2026

La MFL poursuivra ses actions d'amélioration avec le réaménagement des espaces communs du premier étage (salle de réunion, espace café), l'optimisation des zones de stockage dans une logique « Safe & Clean », le renforcement du système de sécurité intrusion, ainsi que la mise en concurrence de plusieurs prestations de services (accueil, nettoyage, boissons chaudes).



## Direction Administrative et Financière

Chargée d'assurer une gestion administrative et financière rigoureuse, la Direction Administrative et Financière (DAF) d'Interfel met en œuvre la stratégie définie par la Direction Générale et le Conseil d'Administration, en appui à l'ensemble des directions. Fonction support stratégique, elle contribue à la fiabilisation des données, à la sécurisation des processus et à l'amélioration continue des pratiques internes. Ses missions s'organisent autour des pôles cotisation, comptabilité et contrôle de gestion.

L'année a été marquée par le déploiement, en juillet 2025, du paiement par prélèvement ponctuel,

permettant de simplifier les démarches des cotisants, d'enrichir les modalités de règlement et de fluidifier leur parcours.

Parallèlement, la mise en production de la solution Procure To Pay a constitué une étape clé dans l'optimisation du suivi des achats et du pilotage budgétaire. Cette première année d'exploitation, incluant la réalisation de la première clôture annuelle dans ce nouvel environnement, a renforcé la fiabilité des processus et la visibilité sur les engagements. L'appropriation de l'outil se poursuit, avec des ajustements réguliers de la solution et la mobilisation de l'équipe afin de proposer

des formations adaptées aux besoins, afin d'en optimiser les usages.

L'année a également été consacrée à une phase d'étude en vue de la mise en place de la facturation électronique, anticipant les évolutions réglementaires et préparant l'organisation à de nouveaux standards de dématérialisation.

Enfin, dans un contexte marqué par l'arrivée d'un nouveau Directeur Administratif et Financier en fin d'année, la DAF poursuit sa dynamique de modernisation, avec pour ambition de renforcer la performance des outils, de simplifier les processus et d'accompagner durablement les équipes.

## Direction Digital et Systèmes d'Information : une année 2025 de consolidation

**En 2025, la Direction Digital et Systèmes d'Information a poursuivi la structuration des outils et services d'Interfel. Entre déploiements, accompagnement des usages et maintien en conditions opérationnelles, la DDSI a soutenu la transformation numérique de l'interprofession.**

En 2025, la DDSI a poursuivi la modernisation de ses outils et l'accompagnement des métiers à travers plusieurs projets pour Interfel. La finalisation de Procure to Pay a constitué un temps fort, avec l'achèvement du déploiement, la formation des équipes, la synchronisation avec les autres services et l'automatisation du scan des factures. Cette solution permet de dématérialiser le traitement des factures.

La DDSI a accompagné l'ouverture de comptes professionnels pour les outils d'intelligence artificielle et encouragé leur usage afin d'en faire un levier d'efficacité. Elle a également soutenu la mise en place du paiement par prélèvement pour les cotisations, afin de simplifier et sécuriser ce mode de règlement. En appui du contrôle qualité, des rapports et tableaux de bord d'activité et de constatation ont été réalisés pour améliorer le suivi des données.

Une étude a été engagée sur le remplacement de MyReport, outil de restitution décisionnelle. La DDSI a contribué à l'intranet par la mise à jour des contenus et des profils salariés. Sur Brevo, plateforme de gestion de campagnes et de contacts, l'intégration s'est poursuivie avec la formation des équipes et de la DCom. Sur Teams, un accompagnement au déploiement et à la formation des utilisateurs a été assuré pour faciliter les usages collaboratifs. La DDSI a aussi poursuivi

le support des mises à jour des plateformes, des migrations et du suivi des licences. Enfin, le maintien en conditions opérationnelles est resté satisfaisant, avec peu d'incidents en 2025 et une reprise en main du parc informatique. En 2026, les travaux porteront sur le SOC, le PRA, l'automatisation du déploiement des postes avec Intune, ainsi que sur l'IA avec l'élaboration d'une charte et d'un registre des usages.



# COMITÉ SOCIAL ET ÉCONOMIQUE (CSE)



Comité Social et Économique (CSE)

## Une dynamique collective au service des collaborateurs

Dans la continuité de l'année 2024, marquée par le renouvellement complet de ses membres et la structuration de son fonctionnement, le Comité Social et Économique (CSE) a poursuivi en 2025 son engagement au service du dialogue social et du bien-être des collaborateurs au sein de l'UES Interfel/Aprifel. Fort de cette dynamique, le CSE a consolidé ses actions et renforcé sa présence auprès des salariés.

Instance représentative du personnel, le CSE joue un rôle essentiel d'interface entre la Direction et les collaborateurs. Il veille à relayer les attentes des salariés, à contribuer à l'amélioration des conditions de travail et à accompagner les évolutions de l'organisation.

### Une offre d'activités enrichie au service de la qualité de vie au travail

En 2025, le CSE a poursuivi le développement de ses actions en faveur de la qualité de vie au travail à travers la mise en place de nombreuses initiatives, notamment :

- Organisation de séances de sport, favorisant la santé et le bien-être physique des collaborateurs ;
- Mise en place d'ateliers culinaires, dans la continuité des actions engagées l'année précédente, toujours appréciés pour leur dimension conviviale ;
- Déploiement d'événements festifs, contribuant à renforcer les liens entre les équipes.

Ces actions traduisent la volonté du CSE de proposer des moments de partage réguliers et accessibles à tous.

### Un temps fort fédérateur : la journée du personnel 2025

Dans cette dynamique, la journée du personnel organisée en 2025 a constitué un temps fort de cohésion. Placée sous le signe de la convivialité et du divertissement, elle a proposé diverses activités telles que des jeux d'arcade et des blind tests, avant de se prolonger par un pique-nique dans le parc de Bercy. Cet événement a permis de rassembler les collaborateurs dans un cadre informel, propice aux échanges et au renforcement des liens.

### Un rôle actif dans les instances et une proximité maintenue avec les salariés

Au-delà des actions menées, le CSE a maintenu une implication active dans les instances de travail, notamment au sein des groupes de travail (GT) dédiés à la formation et à l'intéressement. À ce titre, il contribue à la réflexion collective et veille à la prise en compte des intérêts des salariés dans les projets structurants de l'entreprise.

Les membres du CSE restent par ailleurs pleinement mobilisés au quotidien. Disponibles et à l'écoute, ils assurent un lien de proximité avec

les collaborateurs, en présentiel comme à distance, afin de recueillir leurs besoins, leurs suggestions et leurs préoccupations.

### Perspectives : poursuivre et amplifier la dynamique engagée

Dans la continuité des actions engagées, plusieurs axes de travail ont été identifiés pour la suite du mandat :

- Poursuivre le travail en partenariat avec la Direction afin d'améliorer durablement les conditions de travail des salariés ;
- Mettre en place de nouveaux outils de communication, notamment une page intranet et une newsletter, pour renforcer la diffusion de l'information et la visibilité des actions du CSE ;
- Développer des initiatives communes avec les autres structures de la MFL, afin de favoriser la cohésion et les échanges inter-structures.

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.

Direction générale : Alexis Degouy, Carla Barros, Clara Pinocely - Service Relations institutionnelles : Muriel Vény

Création graphique : Christophe Zemmer, Sur Un Nuage - Impression : Promoprint

Crédits photos : INTERFEL, INTERFEL/CE, Philippe Dufour, Christophe Da Silva, UE/MAAF/FAM/Interfel/T.Antablian, Shutterstock, DR.



## ASSOCIATION INTERPROFESSIONNELLE DES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS

97 boulevard Pereire - 75017 Paris

Tél. : 01 49 49 15 15

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

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

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



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



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



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



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