

Talents des F&L

Match gagnant !

Le magasin Match de Cambrai est le lauréat du concours « Les talents des fruits et légumes », niveau régional (Nord-Est de la France), catégorie « supermarchés », et le gagnant national du challenge viande 2019. Le concours « Les talents des fruits et légumes » est organisé par Interfel, en



partenariat avec le CTIFL. L'objectif est simple : valoriser le savoir-faire des professionnels de la filière. Désignés le 6 décembre 2019, ils étaient évalués sur l'attractivité du rayon, qualité et fraîcheur des produits, valorisation des fruits, légumes de saison.

VIVALYA

Un partenariat pour une agriculture durable

C'est au Salon de l'agriculture, le 24 février dernier, que Vivalya et Demain la Terre ont choisi d'apposer leur signature à une convention de partenariat.

Vivalya et Demain la Terre renforcent leurs liens. L'objectif est en effet de développer des actions communes pour répondre à la demande des consommateurs, mais aussi renforcer les échanges commerciaux entre les entreprises de chacun des deux réseaux, dans un contexte de proximité. Vivalya, avec ses 22 entreprises indépendantes et ses 75 sites, dispose d'un maillage régional et veut renforcer son approvisionnement local (moins de 80 km). « Nous voulons pouvoir répondre à la demande de la jeune génération, qui privilégie des achats responsables, et nous souhaitons lutter en parallèle contre la politique de l'escargot "je ne trouve pas le produit, alors je m'éloigne". Il y aura toujours près d'un de nos entrepôts un adhérent de l'association Demain la Terre avec lequel nous allons pouvoir travailler pour apporter le meilleur de l'alimentation », indique Denis Le Saint, président de Vivalya.

Ce nouveau partenariat intervient après la signature de la convention

en 2019 de Demain la Terre avec Saveurs Commerce pour promouvoir une démarche globale. « Nous sommes une jeune association qui compte 18 entreprises et 400 producteurs, née il y a quinze ans. Nous souhaitons aujourd'hui que notre charte, qui s'appuie sur 8 points sur la qualité, le respect des hommes et de l'environnement, chemine de la graine à l'assiette, du producteur jusqu'au consommateur. Il nous manquait donc un maillon pour que le détaillant puisse acheter nos produits chez son grossiste », explique Geoffroy Cormorèche, président de Demain la Terre. Concrètement, le partenariat avec Vivalya devrait permettre de renforcer la visibilité de l'association par le biais d'actions de communication auprès et avec les détaillants, clients du réseau Vivalya. L'occasion aussi de toucher la restauration hors foyer, pour Demain la Terre, et de respecter les objectifs fixés par la loi Egalim, pour Vivalya. Celle-ci instaure, en effet, l'obligation pour la restauration collective de s'approvisionner

avec au moins 50 % de produits (en valeur) issus de l'agriculture biologique, de produits locaux ou sous signe de qualité à compter du 1^{er} janvier 2022. « Une fois enlevés les 20 % de produits biologiques, il reste 30 % de parts de marché pour les productions durables », précise Denis Le Saint qui ne conçoit pas de réussir ce pari sans la production. Mais le cheminement de l'association Demain la Terre ne s'arrête pas là. Elle a également signé au salon de l'Agriculture, dans le cadre de Bleu Blanc Cœur, un accord avec le groupe Eurest pour accompagner l'entreprise dans sa transition durable. Elle est également sollicitée par les transformateurs et compte déjà, parmi ses adhérents, les Vergers de Gascogne, pouvant répondre à la demande. Sa notoriété dépasse aujourd'hui les frontières hexagonales avec l'adhésion de la coopérative maraîchère suisse de Genève « Côté Jardin », qui a rejoint l'association en 2018 lors de la précédente édition du Salon de l'agriculture. **CBC**



ZRP

La démarche poursuit son développement

L'offre ZRP progresse sur tous les plans, que ce soit en nombre d'adhérents, de références ou en chiffre d'affaires. Et elle est présente dans presque toutes les grandes enseignes.

Deux ans après son lancement, la gamme ZRP (Zéro résidu de pesticides) poursuit son développement. Côté production, l'offre s'élargit avec désormais 64 entreprises adhérentes au collectif pour 36 espèces de fruits et légumes, représentant une centaine de références. Des produits transformés ont également rejoint la démarche, avec des jus de pomme ou encore le pruneau, ainsi que des pâtes et des vins. Et une quinzaine de nouvelles références sont en cours de certification pour 2020, incluant des radis, l'endive, la grenade ou encore du quinoa, et de nouveaux vins.

Les ventes montrent une croissance régulière sur 2018 et 2019, atteignant un total de 52 millions d'UVC commercialisées pour 67 millions d'euros de chiffre d'affaires cumulés depuis le lancement, soit 30 000 t. Parmi la large gamme, la tomate demeure l'espèce leader, avec 52 % des volumes vendus en 2019, devant la carotte (11 %) et l'oignon (8 %). En particulier, la tomate cocktail est la référence la plus vendue, avec 8 millions d'UVC en ZRP en 2019.

Au niveau de la distribution, l'offre ZRP est présente dans presque toutes les grandes enseignes en 2019. Intermarché est celle qui réalise le plus de chiffre d'affaires et

qui commercialise le plus grand nombre de références sous ZRP, avec 20 % de parts de marché en valeur et 29 références. L'enseigne des Mousquetaires s'est également impli-

et 16 références en rayon pour l'année 2019. Pour 2020, des partenariats sont en construction entre le collectif et de nouveaux circuits de distribution.



quée pour réaliser des tests en rayon avec le collectif, observant une réponse positive des consommateurs à la présence des produits. En somme, « les ventes de F&L ZRP augmentent sur toute la durée de l'expérimentation », selon Gilles Bertrandias, président du Collectif Nouveaux Champs. On citera ensuite E.Leclerc et Auchan, avec respectivement 21

Reste la question économique, avec une volonté affirmée de valoriser le surcoût lié aux exigences techniques de la démarche, estimé à environ + 30 % de coût de production. « Pour l'heure, nous sommes dans une phase d'investissement. La production en ZRP est supérieure aux volumes commercialisés, ce qui correspond à une phase de développement du marché. Nous nous devons d'être capable de proposer des volumes et un calendrier large aux distributeurs », explique Patrick Larrère, producteur de carottes et choux chez Fermes Larrère, et membre fondateur du collectif. Le challenge technique est tellement élevé qu'un tiers des parcelles engagées en ZRP en début de campagne sortent de la démarche en cours de production, ce qui alourdit d'autant plus le bilan économique. Mais il en faut davantage pour décourager les membres du collectif, qui s'affirment « acteurs volontaires de la transformation agricole de notre pays » et se félicitent que la démarche ZRP ait atteint 16 % de notoriété en seulement deux années d'existence (selon Kantar). **CP**

EMBALLAGES La fin du plastique

Sur les 5,8 milliards de tonnes de déchets plastiques produits depuis 1950, 80 % sont accumulés dans des décharges ou jetés dans notre environnement naturel, entraînant des conséquences désastreuses pour les écosystèmes marins et terrestres. Les emballages y contribuent grandement et représentent près de 40 % de la demande de plastique en Europe. Face à ce défi majeur, il est urgent de trouver des alternatives. Smurfit Kappa, leader européen des emballages en papier et carton, a lancé un sondage en partenariat avec Yougov, société d'étude de marché basée sur internet. Si les emballages plastiques ne sont pas jugés nécessaires par 78 % des Français pour les produits alimentaires, et par 84 % pour les produits non alimentaires, ils sont tout même 44 % à privilégier les produits emballés en magasin même lorsqu'ils ont le choix avec des produits en vrac, confirmant ainsi le rôle essentiel de l'emballage.

Les sacs plastiques sont les objets les plus polluants pour 85 % des personnes interrogées, devant les bouteilles d'eau (55 %). Les emballages arrivent en 3^e position (49 %) devant les pailles en plastique (43 %). Et les marques ont tout intérêt à faire des efforts environnementaux sur les emballages : 80 % des Français sont sensibles à ces efforts et le reflètent dans leurs achats du quotidien. De plus, les produits suremballés n'ont pas la côte : plus de 60 % des Français souhaiteraient s'en passer. Et, en moyenne, les Français sont prêts à dépenser 22 centimes de plus pour un produit disposant d'un emballage respectueux de l'environnement (48 centimes chez les 18-24 ans). Pour 83 % des Français, la recyclabilité apparaît dans le top 3 des critères environnementaux les plus importants pour un emballage, et 76 % placent l'utilisation de matières biosourcées également dans ce top 3... Mais l'emballage doit également assurer la sécurité et l'hygiène d'un produit et le protéger pour plus de 60 % des Français.



FRESHFEL EUROPE Un collège interprofessionnel créé

Début mars, les quatre organisations interprofessionnelles française, espagnole, italienne et hollandaise intervenant dans le secteur des fruits et légumes frais (Interfel, Hortiespana, Ortofrutta Italia et BO G&F NL) ont officialisé leur volonté de création d'un collège des interprofessions européennes par l'adhésion commune à Freshfel Europe afin de mieux valoriser le secteur des fruits et légumes frais européens et de faire reconnaître la plus-value de l'action interprofessionnelle. Cette adhésion sera ouverte à l'ensemble des interprofessions nationales, reconnues par l'Union européenne, dans le secteur des fruits et légumes.



de ce collège interprofessionnel sera rappelée lors de sa prochaine assemblée générale à Bruxelles. Il permettra ainsi de donner un rôle prépondérant aux organisations interprofessionnelles de la filière fruits et légumes frais dans les

discussions concernant la nouvelle politique agricole commune ainsi que la stratégie Européenne « De la fourche à la fourchette ». Par ailleurs, les quatre organisations interprofessionnelles présentes ont échangé sur la mesure inscrite dans la loi française sur l'économie circulaire visant à interdire les emballages plastiques et les stickers sur les fruits et légumes frais à compter du 1^{er} janvier 2022, qui toucheraient notamment tous les professionnels des différents États membres et qui pose de nombreuses questions de compatibilité au regard de la directive plastique communautaire.

Le chiffre

97,5%

des foyers en France ont déjà acheté du bio.

(Source : Kantar Worldpanel)