

Nouvelle campagne collective de promotion et d'information pour les fruits et légumes frais et la pomme de terre fraîche

Les associations représentant les fruits et légumes frais et la pomme de terre fraîche, ainsi que celles dédiées au melon, à l'abricot, à la tomate, au concombre, à la pêche-nectarine et aux fruits et légumes d'Alsace, unissent leurs moyens et leur stratégie dans un nouveau programme de communication.

De 2012 à 2014, l'interprofession des fruits et légumes frais (Interfel) a mené un programme de communication cofinancé par l'Union européenne, intitulé « *Les fruits et légumes frais, du plaisir à chaque saison* ». Suite au succès de cette campagne, l'Europe réitère son soutien à Interfel qui s'associe à de nouveaux acteurs : le CNIPT (Comité National Interprofessionnel de la Pomme de Terre), les SIPMM Melon et Abricot (Sections Interprofessionnelles de Première Mise en Marché), les AOP Tomates-Concombres et Pêches-Nectarines (Associations d'Organisation de Producteurs), et l'IFLA (Interprofession Fruits et Légumes d'Alsace). Ce nouveau programme, également d'une durée de 3 ans, poursuit l'action déjà engagée sur les axes de communication suivants :

- saisonnalité et connaissance des produits et des métiers,
- variétés des produits et diversité des recettes,
- plaisir de préparation et de consommation,
- convivialité et partage.

Méconnaissance des produits, diminution de la transmission des savoir-faire culinaires, baisse du temps consacré à la préparation des repas, etc., depuis plusieurs années on constate une érosion de la consommation des fruits et légumes frais et de la pomme de terre au fil des générations. En effet, depuis 2008 la consommation des fruits et légumes frais diminue de 0,5% par an environ, soit 164 kg par ménage en 2013, contre 159 kg en 2009¹. La consommation se fragilise également sur le long terme pour la pomme de terre fraîche (78% des ménages en cuisinaient au moins une fois par semaine en 2011, contre 84% en 1972²).

Ainsi, cette campagne, à destination du grand public et des prescripteurs d'information (journalistes, blogueurs et restaurateurs), a pour objectif de soutenir la consommation, plus particulièrement celle des ménages de moins de 40 ans avec enfants, et de satisfaire leurs besoins et attentes, notamment en matière d'information et de nouveaux modes de consommation.

Du plaisir avec les fruits et légumes frais et les pommes de terre

Cette campagne s'inscrit dans la continuité du précédent programme et conserve l'identité graphique déjà développée sur une tonalité gourmande, évoquant la notion de plaisir à travers des suggestions d'envies. Elle s'appuie sur quatre grands axes de communication prioritaires.



¹Source : Kantar Worldpanel

²Sources : baromètre Usages et Attitudes à l'égard de la pomme de terre, TNS Sofres 2011 pour CNIPT/FranceAgriMer

La saisonnalité et la connaissance des produits et des métiers

Donner des repères sur la saisonnalité pour permettre au consommateur d'optimiser ses achats de fruits et légumes frais, mais également améliorer sa connaissance des produits et des filières fruits et légumes frais et pomme de terre fraîche, de leurs différents métiers et des modes de production (fonctionnement, savoir-faire, bonnes pratiques agricoles, etc.).

La diversité des produits et des recettes

Les multiples variétés de fruits et légumes frais, ainsi que les différents usages des pommes de terre sont mis à l'honneur afin d'améliorer la connaissance des produits. Et pour donner des idées de préparation au consommateur et l'inviter à savourer les fruits et légumes frais et les pommes de terre sous toutes leurs formes, de nombreuses recettes aussi simples que gourmandes sont créées et proposées tout au long du programme.

Le plaisir de préparation et de consommation

La campagne s'attache à valoriser la simplicité de mise en œuvre des fruits et légumes frais et des pommes de terre au quotidien et vise à rendre les produits plus accessibles au consommateur à travers la transmission de gestes culinaires (astuces, conseils, tours de main, etc.). Faciles à préparer, prêts à déguster !

La convivialité et le partage

Le plaisir de cuisiner et de partager un moment convivial est fortement présent dans l'ensemble des outils déployés afin d'inviter à la consommation des fruits et légumes frais et des pommes de terre.

Des outils pour donner

ENVIE DE...

Au fil des saisons, des outils sont développés et déployés autour des fruits et légumes frais et des pommes de terre pour animer les points de vente, créer du lien entre professionnels des filières et grand-public, informer les consommateurs, les médias et les blogueurs, et encourager la créativité des restaurateurs :

- Animations en points de vente (PLV, animations et démonstrations culinaires en magasin, etc.).
- Actions de Relations Presse (déjeuners, ateliers et voyages de presse, etc.).
- Edition (création de recettes, de livrets, de vidéos, newsletters, magazine Saisons à destination des restaurateurs, etc.).

Cette campagne d'information et de promotion est réalisée et mise en œuvre par l'Agence Gulfstream Communication.



À propos d'INTERFEL

Créée en 1976, Interfel, Interprofession des Fruits et Légumes frais, rassemble et représente les métiers de l'ensemble de la filière fruits et légumes frais, de la production jusqu'à la distribution (producteurs, expéditeurs, grossistes, primeurs, chefs de rayon dans les enseignes de la distribution). Organisme de droit et d'initiative privés, elle est reconnue association interprofessionnelle nationale agricole par le droit rural français, ainsi que par l'Union européenne depuis le 21 novembre 1996 dans le cadre de l'OCM (Organisation Commune de Marché) unique. Interfel a pour missions notamment d'élaborer des accords interprofessionnels qui font force de loi et de mettre en œuvre des actions de communication informative et publi-promotionnelle.

www.interfel.com / www.lesfruitsetlegumesfrais.com

À propos du CNIPT

Créé en 1977, le CNIPT, Comité National Interprofessionnel de la Pomme de Terre, est l'organisme interprofessionnel reconnu par les Pouvoirs Publics (loi du 10 juillet 1975) dans le secteur de la pomme de terre de consommation (conservation et primeur), vendue sur le marché du frais. Il agit dans le cadre du règlement de l'Union européenne n°1308/2013 du 17 décembre 2013. Le CNIPT rassemble et représente tous les opérateurs de la filière pomme de terre fraîche, de la production à la distribution. Le rôle du CNIPT s'articule autour des missions suivantes :

- développer le dialogue interprofessionnel et favoriser la politique contractuelle,
- contribuer à l'amélioration et à la valorisation de la qualité et de la sécurité alimentaire,
- valoriser la pomme de terre auprès des consommateurs et des prescripteurs en animant des programmes de communication,
- informer les acteurs de la filière sur l'évolution du marché et de la consommation.

www.cnipt.fr / www.cnipt-pommesdeterre.com

À propos des filières spécifiques :

SIPMM Abricot

La SIPMM Abricot (Section Interprofessionnelle de Première Mise en Marché) réunit quatre familles de professionnels qui s'engagent au sein de démarches complémentaires, pour toujours plus de qualité. Elle réunit et représente les différents acteurs de la filière, des vergers jusqu'à la mise en marché. Créée en 2012, la SIPMM Abricot, qui œuvre pour promouvoir l'abricot de nos régions, a pour mission de :

- contribuer à une meilleure connaissance et coordination de la mise en marché des produits par une adaptation de l'offre à la demande en qualité et quantité,
- mener des actions de publicité et de promotion,
- initier des actions de recherche et d'expérimentation.

SIPMM Melon

Chargée de représenter les producteurs, les expéditeurs et de faire le lien avec ses consommateurs, la SIPMM Melon (Section Interprofessionnelle de Première Mise en Marché) œuvre pour mieux faire connaître ce produit. Créée en décembre 2009, la SIPMM Melon a pour mission de :

- améliorer la connaissance de la production et du marché,
- contribuer à une meilleure coordination de la mise sur le marché des produits et à une meilleure adaptation de l'offre à la demande du marché et des consommateurs,
- réaliser des actions de promotion du melon et de la filière auprès des consommateurs,
- réaliser des études ou contribuer à des recherches visant à l'amélioration de la qualité des produits ou des conditions de production.

www.lemelondenosregions.fr

AOP Pêches-Nectarines

Reconnue en qualité d'AOP (Association d'Organisation de Producteurs) par arrêté du Ministre de l'Agriculture et de la Pêche du 16 février 2009. JORF n°0054 du 5 mars 2009, depuis, Pêches et Nectarines de France a développé de nombreuses actions pour promouvoir le travail réalisé par les producteurs, tant sur la valorisation des produits que sur l'animation du réseau d'intervenants dans la filière.

www.pechesdenosregions.fr

AOPn Tomates-Concombres

L'AOPn - Association d'Organisations de Producteurs nationale « Tomates et Concombres de France » rassemble plus de 1 000 producteurs sur toute la France. Réunis autour d'une Charte de qualité, les professionnels souhaitent partager leur savoir-faire, leur engagement pour l'environnement, la qualité, le goût et la diversité de leurs produits. Cadre commun aux adhérents, la charte garantit une qualité de production respectant l'environnement et la santé publique avec 4 pôles d'engagement : le développement de la Production Biologique Intégrée, la protection des ressources en eau, la valorisation ou l'élimination contrôlée des déchets de culture, les bonnes pratiques d'hygiène et la traçabilité des produits.

www.tomates-de-france.com

IFLA

L'Interprofession Fruits et Légumes d'Alsace est une association de droit local régie par les articles 21 à 79 du Code Civil Local. Elle a pour rôle :

- d'organiser la filière Fruits et Légumes et de défendre ses intérêts,
- de défendre et promouvoir la consommation des Fruits et Légumes d'Alsace,
- d'informer tous les publics des bienfaits d'une alimentation variée et équilibrée,
- de développer une politique de Qualité, de renforcer la sécurité alimentaire par la mise en place de cahiers des charges contrôlés et d'une traçabilité des produits permettant une identification de l'origine Alsace,
- d'être l'interlocuteur privilégié des pouvoirs publics, d'adapter l'offre des Fruits et Légumes aux attentes des consommateurs et du marché,
- d'ajuster l'offre et la demande,
- de participer aux orientations interprofessionnelles nationales relevant du secteur des Fruits et Légumes.

www.fruits-legumes-alsace.fr

Contacts presse

Agence Eklectik pour Interfel et le CNIPT

Florence Guettier / agence.eklectik@gmail.com - Tél : 06 33 08 23 54

Interfel	CNIPT
Julie Froucht j.froucht@interfel.com - Tél : 01 49 49 15 20	Bureau de presse : Agence Gulfstream
Filières spécifiques : Mélanie Milon m.milon@interfel.com - Tél : 01 49 49 15 21	Laure Picard lpicard@gulfstream-communication.fr Tél : 01 84 78 00 18



CAMPAGNE FINANCÉE
AVEC LE CONCOURS
DE L'UNION EUROPÉENNE



Comité National
Interprofessionnel
de la Pomme de Terre



les fruits et
légumes frais
Interfel