



**COLLECTIF NOUVEAUX CHAMPS**  
Des producteurs engagés !



# LETTRE INFO - AOÛT/SEPTEMBRE 2020

[www.nouveaux-champs.fr](http://www.nouveaux-champs.fr)

## Vie au sein du Collectif

58 adhérents

- 3 nouveaux adhérents depuis avril : Ardo (Légumes surgelés), UBY (vin), Acquette (oignon, échalote, pomme de terre).
- 11 arrêts en 2020, soit 6 depuis avril : Estagel, CAPL (quinoa), Verte Vallée, Edenys, Alp'Union, Sikig.
- Lancement du club partenaires "Zéro Résidu de Pesticides" qui permettra à notre association de collaborer avec des entreprises autour de plusieurs thématiques en lien avec la troisième voie : sujets techniques, commerciaux, communication... Nous sommes à ce jour en contact avec plusieurs entreprises : Invivo, Bonduelle, Blédina, Mac Donald's, Agromousquetaires.
- **L'assemblée générale du Collectif Nouveaux Champs aura lieu le 23 septembre 2020 (matin). Cette réunion se fera en visioconférence en raison de la crise sanitaire.**



## Commerce



ITM confirme un parti pris fort sur le ZRP avec une ambition de détenir 300 références d'ici 2025 sur l'ensemble de l'alimentaire Trad + LS et une présence sur toutes leurs MDD (MMP, St Eloi, Paquito...) – 2020 : 20 références en MMP... La charte graphique ZRP INTERMARCHÉ a évolué. Notre label reste en facing. Pour les fruits et légumes la signature de la structure de production ou du producteur est conservée (cultivé par XXX). Notre charte graphique packaging a été modifiée en conséquence. Elle est disponible via le lien caché : <http://www.nouveaux-champs.fr/chartes/>



Le Collectif a fortement avancé dans ses discussions avec l'enseigne. Un accord de confidentialité a été signé entre les deux parties. Des projets concrets de partenariats vont pouvoir être lancés (projet de cobranding en particulier). Pour rappel, la SCAFEL défend HVE + ZRP comme étant la meilleure démarche de progrès.



Un abonnement tous les deux mois a été souscrit pour cette année / Chiffres à fin février/fin avril/fin juin/fin août/fin octobre/ fin décembre. Les chiffres de fin juin vous ont été envoyés dans l'été (S32).



Retombées tous les mois, la reprise post-confinement est plus ou moins difficile selon les enseignes. Intermarché, Casino, Auchan et Leclerc sont les enseignes les plus engagées dans la démarche. Notre force de vente redouble d'efforts malgré les congés des chefs de rayon. Dès la fin du mois, les responsables de secteur proposeront des mises en avant à planifier **à compter de la semaine 42 (2ème vague TV de la semaine 42 à 46)**. Il est donc important que chacun (adhérents, CNC, Promofel) communique sur cette deuxième vague. Dès que les propositions de MEA seront validées par les enseignes, nous vous les enverrons. Pour ce faire, nous avons besoin de vos retours concernant la disponibilité de vos références (et dans quelle enseigne) pour avoir une vision globale de la gamme ZRP disponible par enseigne sur la période. Quelques chiffres clefs : **3487 visites donc 499 RDV spécifiques ZRP / 189 rayons ZRP installés (hors opérations) / 85% des magasins visités possèdent au moins une référence ZRP du CNC.**



## LETTRE INFO - AOÛT/SEPTEMBRE 2020

### KANTAR

Nous avons souscrit en début d'année au panel KANTAR - WORLD PANEL (panel consommateurs). Ces données nous permettent d'avoir une vision sur le profil et le comportement des acheteurs de ZRP. A ce jour, seules 11 espèces sont représentatives : Pomme, Kiwi, Fraise, Abricot, Tomate, Carotte, Mâche, Concombre, Oignon, Poireau, Pâtes. L'analyse des données vous sera envoyée S36.

**Volonté de renforcer l'action commerciale à tous les niveaux** grâce aux différents points de pilotage : Enseigne, Offre, Point de ventes, Consommateurs. Pour ce faire il est important de partager davantage nos informations sur le plan commercial (référencement, positionnement, segmentation...). La compréhension du marché passera nécessairement par l'analyse de données. Aujourd'hui, nous disposons d'IRI et de Kantar, mais ces panels ne sont pas suffisants. Les déclarations trimestrielles sont alors essentielles et nous permettent d'avoir les chiffres réels des ventes de produits ZRP. Nous ajouterons deux variables aux prochaines déclarations (références & enseignes) afin d'être plus précis dans l'analyse de nos ventes et mieux appréhender le marché.

### ■ Qualité et technique

#### Nouvelles versions du cahier des charges et du référentiel ZRP

Les nouvelles versions ont été diffusées le 7 juillet dernier pour application dès maintenant.

- Cahier des charges ZRP + Annexes - Version 5 28.05.20
- Référentiel Fruits et légumes Frais : DC03A - Référentiel générique ZRP - V4 28.05.20
- Référentiel Fruits et légumes transformés : DC03A - Référentiel générique ZRP Production & Transformation - V2 28.05.20
- Référentiel transformation : DC03A - Référentiel générique ZRP Transformation - V2 28.05.20
- Référentiel Vin : DC03A - Référentiel générique ZRP Vin - V2 28.05.20

#### Reconnaissance du cahier des charges ZRP avec la certification environnementale de niveau 2

Le dossier officiel de candidature a été déposé en juin. Le passage en CNCE (Ministère de l'agriculture) est prévu pour la fin du mois

de septembre. Toutes les entreprises auditées sous la nouvelle version du Cahier des Charges (versions listées ci-dessus) pourront prétendre en rétroactif à la reconnaissance dès cette campagne, dès que la CNCE aura validé le dossier.

#### Rappel : des contrôles par le Collectif Nouveaux Champs

Le Collectif Nouveaux Champs a établi un plan de surveillance concernant les produits labellisés et commercialisés. Des prélèvements seront réalisés en magasin ou pendant des visites chez des adhérents de manière aléatoire. Si un de vos produits est contrôlé, le rapport d'analyse vous sera automatiquement envoyé (y compris dans le cas où les analyses sont conformes).

### ■ Emballage

La loi AGECE (Anti-Gaspillage pour une Economie Circulaire) en discussion aura un impact conséquent sur la filière fruits et légumes. Il reste encore de nombreuses zones d'ombres :

- Date d'application de la loi (attente du décret) interdisant l'utilisation des plastiques aux fruits et légumes frais < 1,5kg
  - Liste des exemptions
  - Quelle définition du plastique ?
  - Portée des négociations initiées par l'interprofession INTERFEL
- Le sujet est complexe, multifactoriel, difficile de trouver des solutions à la va-vite !

• Besoin de travailler par catégories d'emballages et de partager les tests, les options possibles. Pour cela, mise en place d'un recensement des indicateurs Emballages au sein du Collectif et échanges prévus lors des prochaines commissions.

La commission emballage a été lancée. La première réunion a eu lieu le 17 juillet en visio. Nous constatons beaucoup d'attentes sur ce sujet. À l'issue de cette réunion, il a été évoqué la nécessité du suivi d'indicateurs sur cette partie Emballages dans le cadre du ZRP. Un recensement des indicateurs est en cours.





# LETTRE INFO - AOÛT/SEPTEMBRE 2020

## Offre ZRP

À fin juin 2020, nous comptabilisons 68 millions d'UVC vendues pour un CA de 92 millions d'euros.

68.041.140

d'UVC (unités de vente consommateurs) commercialisées depuis le lancement.

36 espèces labellisées, 255 références ZRP avec la variable fournisseurs, 133 références ZRP disponibles au global.



Quelques données sur le 1er semestre 2020 basées sur les déclarations trimestrielles du 1er et du 2ème trimestre

- Top 3 Espèces 1er semestre 2020 : tomate (47% de la PDM volume), oignon (19% de la PDM volume) et carotte (7% de la PDM volume).
- 16 Millions d'UVC vendues au 1er semestre (+19% vs. N-1),
- 25 M d'€ (+36% vs. N-1).
- Des espèces "poids lourds" sont en recul en volume par rapport à N-1 sur le 1er semestre : pomme (-10%), poire (-62%), carotte (-4%), Choudou (-49%), asperge (-97%). Plus de mâche, navets, choux-fleurs, artichauts.
- D'autres espèces connaissent une hausse volume significative sur ce semestre par rapport à N-1 : oignon (+532%), échalote (+260%), concombre (+57%), fraise (+18%), tomate (+11%), poireaux (+34%), pruneaux (+335%), abricot (+61%)

**BILAN :** Nous constatons un premier semestre positif avec une progression d'une grande majorité des acteurs (+36% du CA sur le premier semestre/ N-1). Toutefois, nous observons que des entreprises, qui représentaient des volumes significatifs, sont en recul par rapport à l'année dernière. La crise du Covid-19 a finalement assez peu perturbé les ventes ZRP sur les références lourdes, même si certaines espèces positionnées en ultra niche (asperge, kiwi...) n'ont pas pu s'implanter. Les produits transformés progressent : Pruneaux et Pâtes. Indépendamment de la crise, il est déterminant de bien positionner l'offre ZRP afin de la rendre performante en rayon (produit / concurrence / prix / cohérence gamme / substitution).

## Marketing et communication

**Réseaux sociaux :** Une belle croissance de notre communauté sur Facebook et Instagram. Les publications qui touchent notre communauté concernent les publications "utiles" : illustration d'astuces pour bien manger/cuisiner & la mise en avant des producteurs dans l'émission de Cyril Lignac (en direct des champs : images des produits dans les champs). sur le mois de juin. **Nous avons besoin de vous, n'hésitez pas à nous envoyer du contenu pour que nous puissions alimenter nos réseaux sociaux** (images de bonnes pratiques, récolte, étapes de développement du fruit, photo d'un producteur dans son verger, champs). Ces photos plaisent à nos fans !

**Vidéo réalisée en partenariat avec Hervé Cuisine :**



+ de 250.000 vues en 1 semaine !

Une campagne sur les réseaux sociaux est lancée pour toucher un maximum de consommateurs avec cette vidéo et ainsi faire la promotion de notre démarche.

**Bilan presse :** près de 20 millions de contacts, 102 articles générés contenant soit le mot clef "Zéro Résidu de Pesticides" et/ou "Collectif Nouveaux Champs", ce qui représente l'équivalent de 701 K€ d'achat d'espace.



**Dispositif TV 2020 :**

- **Vague 1 :** Parrainage TOUS EN CUISINE EN DIRECT AVEC CYRIL LIGNAC SUR M6 / 4 semaines en mai + SCÈNES DE MÉNAGE en prime le dimanche pendant 5 semaines
- Cette première vague a été très performante :

- 34 Millions de contacts dans la cible (FRDA <15 ans)
- 2 Millions de téléspectateurs par soir pour Tous En Cuisine
- Tous En Cuisine leader sur les FRDA-50 ans et les - de 50 ans
- Des retours très positifs : une très bonne visibilité du billboard du parrainage, une création qui séduit, une association légitime avec Tous En Cuisine, une notoriété



# LETTRE INFO - AOÛT/SEPTEMBRE 2020

assistée renforcée par le dispositif, un impact très positif sur l'image du label... Finalement, un intérêt pour le label renforcé (la notoriété assistée est passée de 16% à 28% selon M6/Harris Interactive grâce à cette campagne)

- **Vague 2** : Parrainage de Capital / Zone interdite, 2 semaines (semaines 42 à 44) et sponsoring d'E=M6, 4 semaines (semaines 43 à 46) ... **Il faut profiter de cette période pour actionner les différents leviers avec les magasins et prévoir le plus de MEA possible.**



Nous avons créé en lien caché une page communication qui permet à chaque adhérent de consulter et/ou télécharger les différents contenus et dernières informations du Collectif Nouveaux Champs :

- Les actualités (articles, Hervé Cuisine...),
- Les newsletters,
- Les vidéos pédagogiques (avec Jamy Gourmaud, vidéos de producteurs...),
- Les éditions commerciales (journal, flyers...),
- Les outils (rolls up).

Nous avons actualisé les argumentaires de vente et réalisé une infographie en format A4 afin de faciliter les échanges avec les différents interlocuteurs. Ces éléments sont disponibles ici : <https://www.nouveaux-champs.fr/communication/>

Nous prévoyons de renforcer notre action auprès des médias régionaux à compter de septembre.

## Les cibles médiatiques :

- Des relations de presse à destination du grand public et des agriculteurs (TV locales : France 3 et rédaction locales... / Radios locales : France Bleu et rédaction locales... / Presse locale / Presse agricole / Webzines, sites...)
- Rubriques : écologie, environnement, agriculture, initiatives...
- Pour coller au calendrier, il faut privilégier des régions avec des produits à saisonnalité automne/hiver - Les 3 régions pertinentes : PACA/Nouvelle Aquitaine/Pays de La Loire ou Centre Val de Loire

• Nous avons été interpellés le 25/08 par un article publié dans "Que Choisir" dans le dossier pesticides : <https://www.quechoisir.org/actualite-labels-sans-pesticides-la-mefiance-s-impose-n82235/>. Nous avons ensuite été sollicités par plusieurs journalistes qui se questionnaient à la suite de cette publication sur la possible présence de résidus quantifiables dans certains produits appartenant à la 3ème voie alimentaire tout label confondu. Cela nous a donc obligé à réagir. Nous avons dénoncé l'amalgame et le fait que notre Collectif soit associé injustement à cette polémique qui ne nous concerne pas. En réponse à l'article de l'UFC-Que Choisir, nous avons donc diffusé le 27/08 un communiqué de presse auprès des journalistes et des interlocuteurs nationaux des enseignes. Plusieurs media l'ont repris dans la presse : AgraPresse, Sud-Ouest, Agrafil, FreshPlaza, La France Agricole...

## ODJ du dernier CA

Le dernier CA a eu lieu le 22/07/2020. Voici l'ordre du jour :

1. Situation adhérents / association
2. Focus sur les ventes du 1er semestre
3. Plan d'action commercial en construction
4. Plan de Communication 2020
5. Animation commerciale / Com TV 2
6. Questions diverses
7. Dates prochains CA



## Ressources communication

Vous trouverez sur cette page un fil d'actualités "interne" et des liens pour consulter et télécharger les newsletters, les vidéos et divers outils dédiés à la communication du collectif Nouveaux Champs et du label "Zéro Résidu de Pesticides".

