

**COLLECTIF  
NOUVEAUX  
CHAMPS**  
Des producteurs engagés !



**RENCONTRE ZRP – MUSCLER SON DISCOURS COMMERCIAL**

COLLECTIF  
NOUVEAUX  
CHAMPS

Des producteurs engagés!



# Contexte général...nombreuses questions...



**Circuits courts**

**Coûts de production qui explosent**

**local**

**Inflation**

**Quelle agriculture pour quelle alimentation?**

**drive**

**Pouvoir d'achat**

**Moins mais mieux?**

La consommation de produits bio ralentit

RESERVE AUX ABONNES 11.01.22

agriculture biologique fromage volaille-oeufs



Dans la jungle des labels des produits de grande consommation

Par Hugues Douillet  
Publié le 10/04/2021 à 13:18, mis à jour le 28/06/2021 à 10:19

Bio : après le marché

CAMILLE HAREL | LSA GREI

23/09/2021

TWITTER

es plusieurs  
du bio co  
essouffle  
très net c



COLLECTIF  
NOUVEAUX  
CHAMPS

Des producteurs engagés!



# Des TENDANCES CONSO confirmées



## SANTÉ

BON POUR LA SANTE :  
**2<sup>ème</sup> critère de choix**  
dans l'acte d'achat.



## MIEUX PRODUIRE



## LOCAL

**42% DES FRANÇAIS**  
Envisagent d'acheter plus  
souvent des produits français



## PRIX

Conséquence de la crise  
sanitaire, **1ER CRITÈRE DE  
CHOIX** dans l'acte d'achat.

**COLLECTIF  
NOUVEAUX  
CHAMPS**

Des producteurs engagés !



# Naissance d'un label alimentaire transversal

Plus de 600 producteurs engagés

Le Collectif a été initié  
dans la filière  
Fruits & Légumes,  
mais il s'étend progressivement  
aux autres filières végétales



**COLLECTIF  
NOUVEAUX  
CHAMPS**

Des producteurs engagés!



# LE LABEL EN 10 CHIFFRES



**600**

PRODUCTEURS  
ENGAGÉS

**36**

ALIMENTS  
LABELLISÉS

**6**

**RAYONS**

F&L FRAIS, SURGELÉS,  
FRUITS SECS,  
BOISSONS, VINS,  
PÂTES

**+9%**

D'ÉVOLUTION DU  
CA EN 2021 vs 2020

Pour  
**47%**

DES CONSOMMATEURS,  
Les Allégations donnent  
UNE MEILLEURE IMAGE  
DU POINT DE VENTE

**1/4**

DES FOYERS FRANÇAIS  
ONT ACHETÉ UN  
PRODUIT ZRP

**46%**

DES VOLUMES CHEZ  
LES - DE 50 ANS

**3 600**

ANALYSES RÉSIDUS  
PAR AN

**-49%**

DE RÉDUCTION DES  
IFT

**78%**

Des producteurs  
HVE

**COLLECTIF  
NOUVEAUX  
CHAMPS**

Des producteurs engagés!



# LE CHIFFRE DU MOIS



600

PRODUCTEURS  
LABELLISÉS

36

ALIMENTS LABELLISÉS

100%

DES PRODUITS SONT  
GARANTI FRANÇAIS

46%

DES VOLUMES CHEZ LES  
- DE 50 ANS  
- vs 34% au global F&L

3600

ANALYSES  
INDEPENDANTES PAR  
AN

1/4

DES FOYERS FRANÇAIS  
ONT ACHÉTÉ UN  
PRODUIT ZRP

6 Rayons

FRUITS & LÉGUMES FRAIS, FRUITS  
SECS, BOISSONS, VINS, PÂTES,  
SURGELÉS.

1

PROMESSE :  
ZÉRO RÉSIDU DE  
PESTICIDES DANS LE  
PRODUIT EN MAGASIN

**50%** des

consommateurs  
interrogés connaissent le  
label « Zéro Résidu de  
Pesticides »

*Selon la dernière étude mandatée par  
l'Agence Bio « Baromètre de  
consommation et perception des produits  
biologiques en France »*

COLLECTIF  
NOUVEAUX  
CHAMPS

Des producteurs engagés !



# Une attente plus que confirmée par les consommateurs !

1 - Indication “Zéro résidu de Pesticides” ou “Sans résidu de pesticides”, est un **critère de choix** déclaré pour 20 à 27% des sondés (vs 30% pour le bio)

2 - Consentement à payer : 40% sont prêts à payer plus cher un fruit & légume avec allégation : entre **+ 0,10€** et **+ 0,30€** sur le “Zéro Résidu de Pesticides”

3 - **1 shopper sur 2 lit les informations sur les packaging**  
27% des sondés avaient vu la mention SRP ou ZRP ou cultivé sans

4 - le ZRP est la démarche la plus **visible** et la plus souvent rencontrée par les consommateurs - 60% pensent en avoir déjà acheté

5 - Confirmation de la compréhension ZRP associé à un **bénéfice santé** (conso et agriculteurs) et un bénéfice **environnement** avant d’être un signe de qualité

6 - Indications ZRP, SRP et SP aussi **rassurantes** (55%), voire plus rassurante (28%) que le BIO

7 - Indications qui pourraient être apposées sur les produits Bio (72%)

8 - **Impact positif sur l’image du magasin**

- La présence de produits avec allégations donne une meilleure image au point de vente pour 47% des interrogés
- Plus d’attention portée sur ces produits, avec intentions d’achats positives...



ÉTUDES Fruits et Légumes



Synthèse de l’étude transversale relative à l’évolution du marché des fruits et légumes porteurs d’allégations sur les pesticides et les résidus





# UNE CROISSANCE PORTÉE PAR LE RECRUTEMENT DE NOUVEAUX CONSOMMATEURS



Source : étude Kantar Worldpanel - 2021

En 2021,  
dans les rayons  
Fruits & Légumes,  
**1 foyer français sur 4**  
a acheté un produit  
labellisé ZRP !



7,2 Millions de foyers ont acheté au moins 1 fois nos produits ZRP  
EN 2 ANS +1 000 000 D'ACHETEURS RECRUTÉS PAR LE LABEL

**COLLECTIF  
NOUVEAUX  
CHAMPS**

Des producteurs engagés !



# LE PROFIL DES ACHETEURS ZRP



Sur le rayon des F&L français,  
notre label est celui qui attire le  
plus les jeunes.

Source : étude Kantar Worldpanel



Des profils aux revenus  
moyens supérieur à aisé



Des consommateurs  
plutôt jeunes, des couples  
de 40 et 50 ans et des  
familles avec enfants



**COLLECTIF  
NOUVEAUX  
CHAMPS**  
Des producteurs engagés!



# UNE OFFRE QUI TOUCHE LES CONSOMMATEURS

• • • •

Au 28/02/2022

# 120 millions

D'UVC  
(Unité de Vente Consommateurs)  
commercialisées depuis  
le lancement



## ZRP x HVE



**+ de 600 producteurs** engagés dans la démarche “Zéro Résidu de Pesticides” en 2021

**6 200 hectares** dans la démarche ZRP (5 980 en plein champs et 244 sous serre)

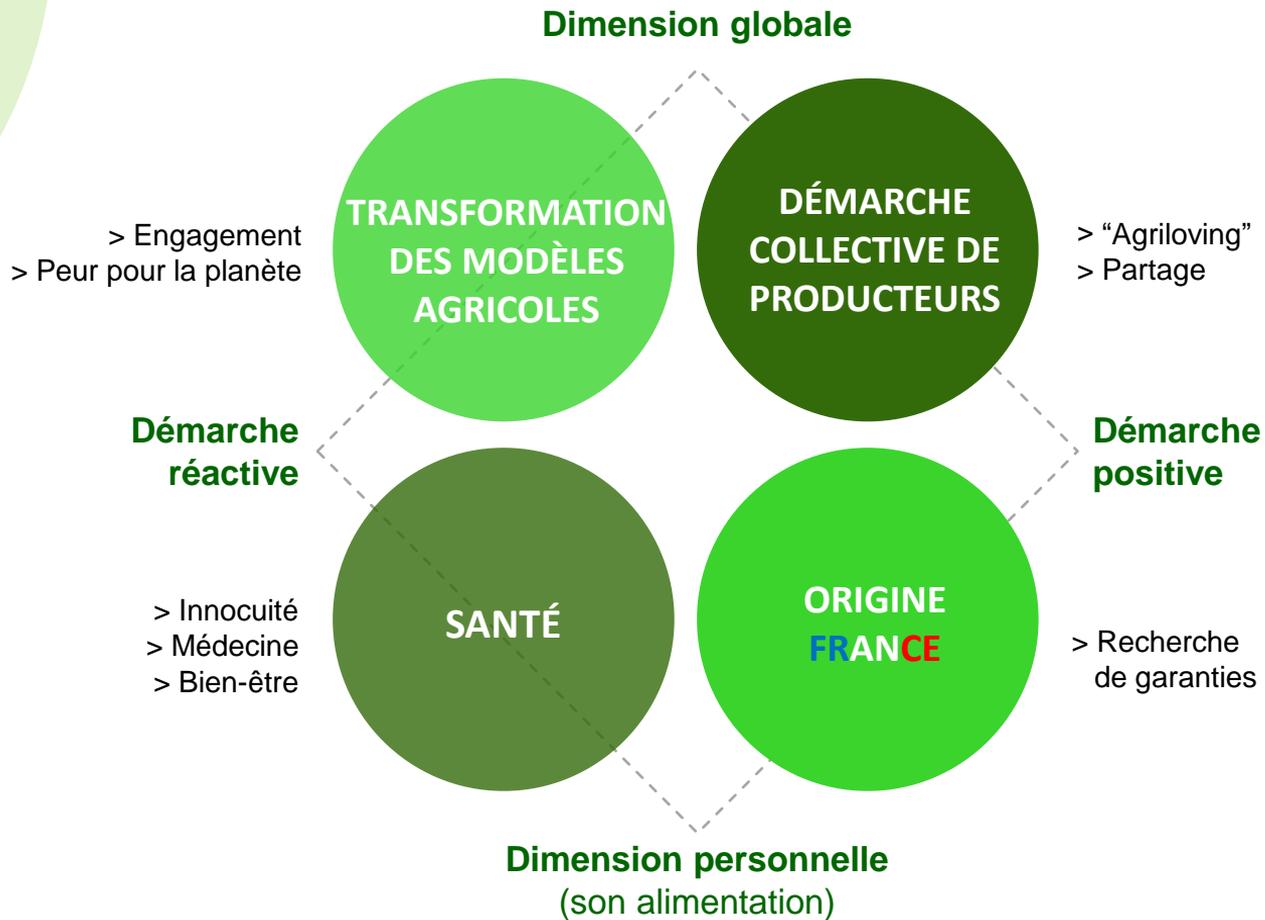
**78%**  
DES PRODUCTEURS  
SONT DÉJÀ  
CERTIFIÉS HVE

OBTENTION DE LA  
RECONNAISSANCE DE  
LA CERTIFICATION  
ENVIRONNEMENTALE DE  
NIVEAU 2 POUR LE  
CAHIER DES CHARGES  
“ZÉRO RÉSIDU DE  
PESTICIDES”

*Données sur la base du recensement de 51 adhérents au 31/12/2021 sur la saison 2021*



**S'adapter,  
poursuivre les  
efforts dans  
un contexte  
de flambées  
des coûts de  
production...**



# UN POTENTIEL DE CROISSANCE EXPONENTIEL

En 2021, seulement **10 adhérents** sont au-dessus de la barre symbolique des **5%** de leur CA total en Zéro Résidu de Pesticides.



**COLLECTIF  
NOUVEAUX  
CHAMPS**  
Des producteurs engagés !



# LES INGRÉDIENTS SONT LÀ POUR TRANSFORMER !

...

**Un point  
d'ancrage fort :**

Une offre ZRP qui  
répond à un vrai  
besoin conso

Environnement, Santé,  
goût, plaisir, local...  
Mais une promesse à  
consolider autour d'un  
modèle agricole à définir !

**Une présence  
sur le marché  
à confirmer  
Vol/Val**

Présence circuits (GMS++)  
Mais il faut monter la DN !  
Diffusion magasin  
(référencement enseigne,  
présence point de vente)



**A quel prix ?**

Le bon prix dans  
l'assortiment  
substitution – segmentation ?  
(positionnement dans l'offre  
globale)



**Notoriété  
positive !**

La présence à l'esprit du  
consommateur  
(attractivité de la  
marque / notoriété)



# Marché

# VENDRE PLUS !



Notre démarche est encore jeune, elle progresse toujours globalement mais les succès sont variables en fonction des espèces, et des références...

La concurrence s'intensifie sur les allégations "phytos", même si nous détenons les + grosses PDM.

Nous commençons à comprendre les clés du succès commercial...

A nous de transformer la proposition d'une offre en une offre qui **pèse plus significativement !**



# Vos interlocuteurs:

**Quentin GIBERT**

Responsable du développement commercial

06 48 73 89 93

[q.gibert@nouveaux-champs.fr](mailto:q.gibert@nouveaux-champs.fr)

**Julie SABOURIN**

Responsable Qualité et Technique

07 84 22 60 21

[j.sabourin@nouveaux-champs.fr](mailto:j.sabourin@nouveaux-champs.fr)



Collectif Nouveaux Champs



Collectif Nouveaux Champs  
[@NouveauxChamps](https://twitter.com/NouveauxChamps)



[nouveauxchamps](https://www.instagram.com/nouveauxchamps)



Collectif Nouveaux Champs



Zéro Résidu de pesticides

Plus d'infos sur : [www.nouveaux-champs.fr](http://www.nouveaux-champs.fr)