



Bilan commerce 2022 — (Données actualisées au 31 Décembre 2022)



SOMMAIRE

Mes fondamentaux, à imprimer sur mon bureau pour l'année!

Contexte 2022-2023 – On prend un peu de recul et on se projette

Données conso, je récupère 1 ou 2 chiffres utiles à diffuser à mes commerciaux!

Direction commerciale : Quelle stratégie en interne pour mes lignes ZRP en 2023?

les résultats au global en 2022, fondamental comme visiter le Cantal!

Filière F&L Frais : les éléments clés

filière Liquide (Vin+Jus de fruits) : Les chiffres en progression mais besoin d'aller plus loin!

Autres filières : on accélère!

Notre présence en magasin, on continue le combat du terrain!

Revue Enseigne, pour préparer son rendez-vous on s'en imprègne

Lidl, Intermarché, Leclerc, Système U, Carrefour, Auchan, Casino, Monoprix, Autres enseignes, Circuit Grossistes

Les rendez-vous clés du CNC à noter dans mon agenda!

Un espace dédié rien que pour vous, vous le saviez?

Plan TV 2023 – Bien préparer votre campagne commerciale, un atout majeur!

Vos interlocuteurs, à disposition pour vous donner le meilleur!



8 CHIFFRES CLÉS À CONNAÎTRE - 2022



450

PRODUCTEURS
FRANÇAIS LABELLISÉS

36

ALIMENTS LABELLISÉS

3 600

ANALYSES DE RÉSIDUS
RÉALISÉES PAR DES
LABOS INDÉPENDANTS

46%

DES VOLUMES CHEZ LES
- DE 50 ANS
vs 33% au global F&L

50%

TAUX DE NOTORIÉTÉ
DU LABEL EN 2022

1/4

DES FOYERS FRANÇAIS
ONT ACHETÉ UN
PRODUIT ZRP

6 Rayons

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

+20%

Progression du label au
31/10/2022 en volume

(Vs N-1)

MUSCLER SON DISCOURS ET SON ARGUMENTAIRE POUR NE PAS BLOQUER DÈS LA PREMIERE OBJECTION



Un point d'ancrage fort :

Une offre ZRP qui répond à un besoin conso

Environnement, Santé, goût, prix, local.

→ Les 5 facteurs clés dans l'acte d'achat en 2022 = nous y répondons avec notre promesse!



Notoriété positive !

La présence à l'esprit du consommateur
attractivité de la marque / pub TV / Force de vente terrain

→ Nous sommes les seuls à le faire toute l'année!



Une promesse qui parle et qui apporte de la valorisation au rayon!

47% des consommateurs pensent que la présence d'une offre avec Allégations Pesticides donne une meilleure image du point de vente



Une offre transversale 100% française!

+ de 200 références disponibles toute l'année dans 6 rayons!

→ Multiplication des points de contacts en magasin, notre force!





Contexte 2022 – Projection 2023

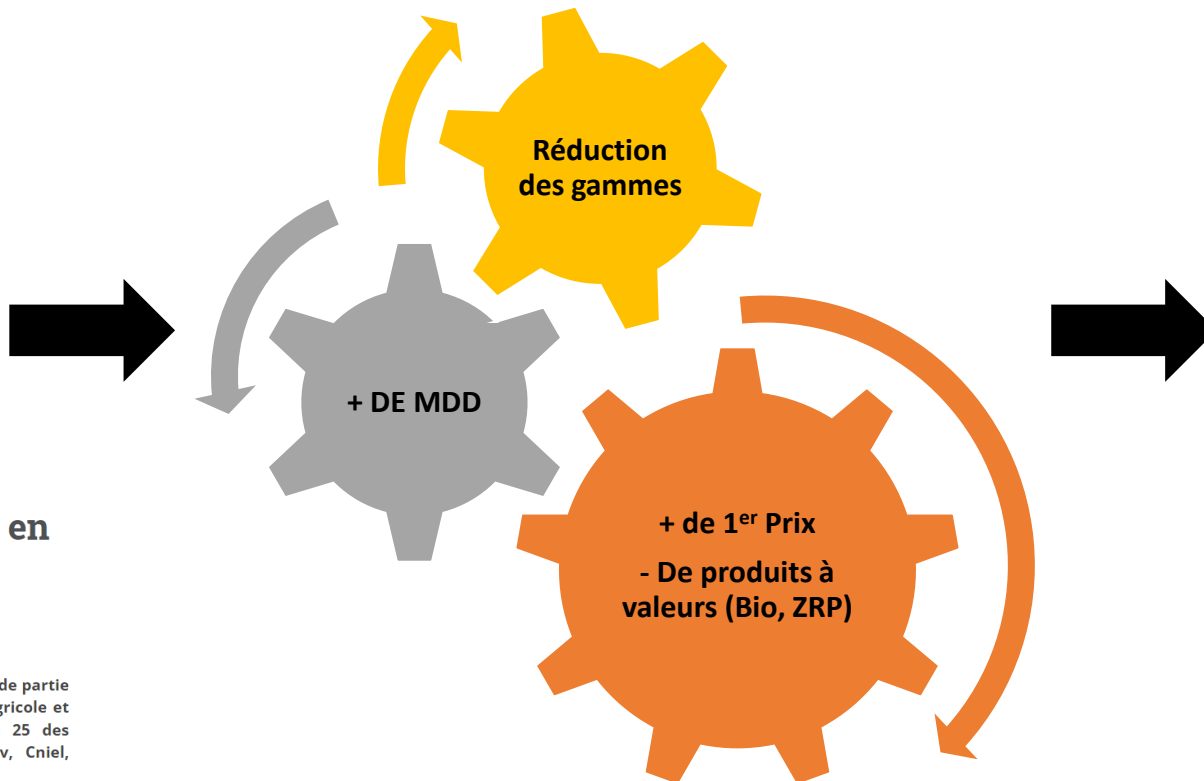
**COLLECTIF
NOUVEAUX
CHAMPS**

Des producteurs engagés !



Contexte en 3 actes

RÉACTION DES DISTRIBUTEURS



CONSÉQUENCES POUR NOUS:

les lignes ZRP avec peu de volumes et peu animées sortent ou vont sortir.

Nécessité de consolider son argumentaire sur les produits à valeur !

Finance et marchés

France : L'inflation IPCH confirmée à 7,1% sur un an en octobre

Par Reuters le 30.11.2022 à 09:04
Lecture 1 min.



BORSE 3 10.11.11 à 10:00
CAC 40 -0,52% 6607,22
RECHERCHER UNE VALEUR

NEWSLETTER CHALLENGES

Entrez votre E-mail

JE M'ABONNE

Annonce fermée par Google

L'industrie entre périls et opportunités

PB

Rédaction Paysan Breton

11 novembre 2022

Temps de lecture : 1 minute



TRIBUNE

Coût de l'énergie : les chaînes agricole et alimentaire françaises en danger

mer. 16 novembre 2022 à 15:05 • Terre-net Média



« Sans un plafonnement des prix du gaz et de l'électricité, une très grande partie de nos entreprises ne pourront pas assurer le maintien des chaînes agricole et alimentaire », ont alerté mercredi 16 novembre 2022 dans une lettre 25 des principales interprofessions françaises (dont Intercéréales, Interbev, Cniel, Semae, Interfel, etc.) Retrouvez l'intégralité de leur courrier.



2023, le prix mais pas que...

Le marqueur Prix est le 1^{er} critère de choix dans l'acte d'achat des ménages français.

Le contexte inflationniste l'accentue, c'est



un fait!



Pour autant acheter un produit « **bon pour ma santé** » et « **l'origine du produit** » s'installe durablement dans le Top 5 des critères de choix décisifs depuis le début de la crise COVID (2020).



• •

**Bonne nouvelle :
Des indicateurs clés
pour convaincre, ça te
dit?**

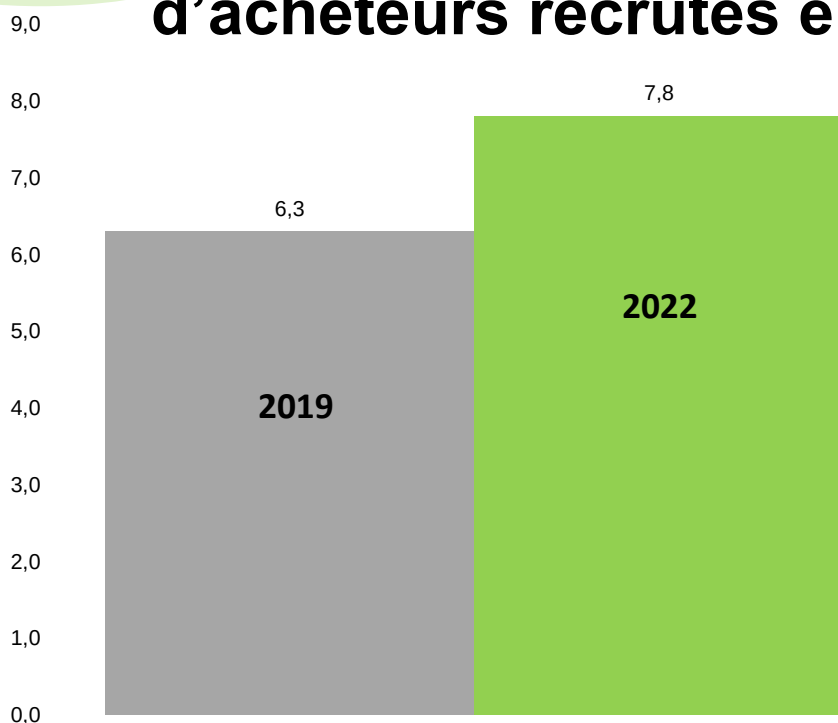
• •



2022, notre macaron s'installe dans le panier des ménages français!

+ 1,4 million

d'acheteurs recrutés en 4 ans



Le ZRP, un label qui compte chez les français:

1/4 des foyers
français achète un
fruit ou légumes avec
le logo*



La question à poser
en RDV:

Dans un contexte de
baisse de
fréquentation, quel
magasin peut
aujourd'hui se
permettre de se
passer d'un potentiel
d'acheteurs aussi
important?

**COLLECTIF
NOUVEAUX
CHAMPS**

Des producteurs engagés !



Des cibles qui se confirment au fil des campagnes...

**Le mieux manger français
pour tous. Un potentiel à
exploiter!**



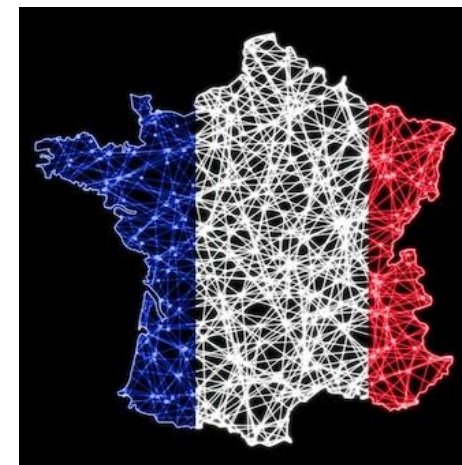
**Familles
avec enfants**

26% Ind 144
vs « Fruits &
Légumes »

**Une répartition
homogène entre les
différentes Classes
Socio-Economiques**
*Un label qui n'est
pas clivant*

**Moins 35
ans**
17% Ind 147

35-49 ans
21% Indice
126





• •

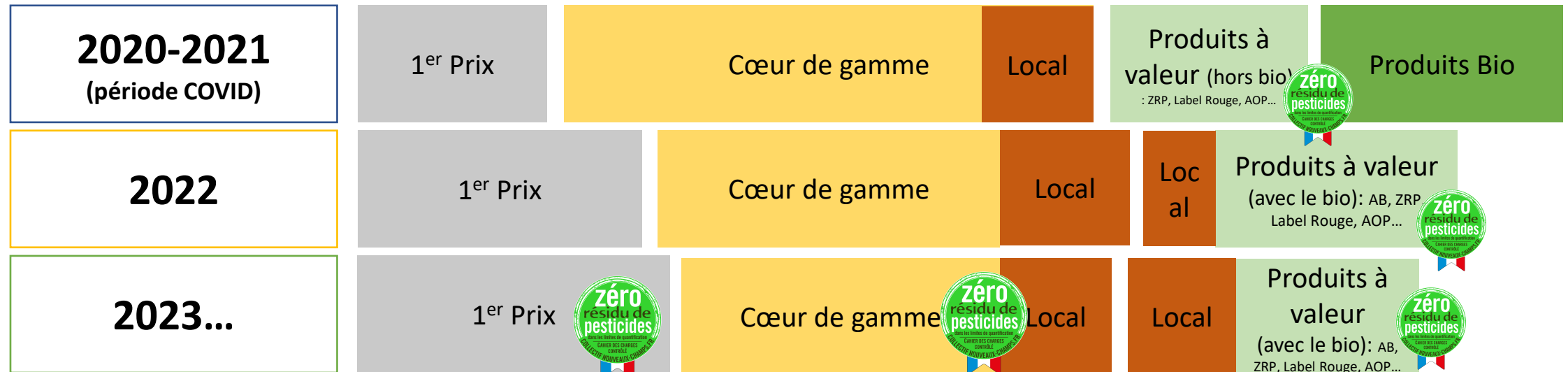
Direction commerciale,
générale : en interne, se
poser les bonnes
questions pour avancer

• •



Contexte : Une réduction globale de l'assortiment avec un segment « *produits à valeurs* » qui subit la loi du marché dans l'univers Fruits et légumes Frais.

Tableau de suivi annuel de l'évolution de l'assortiment global – Univers F&L Frais – Vision Macro toutes enseignes confondues



1^{er} Prix: Pas d'offres Zéro Résidu de Pesticides en 2022.

Cœur de gamme : Peu d'offres en ZRP (hormis Tomate et Surgelés). Cela implique d'être en capacité de se positionner sur une offre significative. **Terrain de jeu beaucoup + large.**
Vigilance à avoir un maintien de la valorisation et un poids MDD cohérent (Travail à mener en GT)

Un terrain de jeu qui se restreint d'années en années avec de – en – d'offres dans un contexte de baisse de pouvoir d'achats. Une multiplication des démarches qui offrent **peu de visibilité en rayon.**

**COLLECTIF
NOUVEAUX
CHAMPS**
Des producteurs engagés !



Segmenter en interne afin de prioriser : 2 options possibles en fonction des espèces



Cœur de gamme

ZRP ma priorité commerciale 2023?
Comment substituer pour préserver valeur et volumes ?

1. Suis-je en capacité d'être à l'offre avec une volumétrie significative?
2. Suis-je prêt à intégrer la démarche ZRP dans ma stratégie commerciale globale. Est-ce une **priorité de mon entreprise**?
3. Ma direction commerciale/générale est-elle prête à **s'impliquer dans le GT Commerce** Filière pour *arbitrer/cibler/positionner/substituer* efficacement l'offre à la filière?
4. **Être force de proposition** auprès des clients ciblés et proposer un plan d'actions à l'enseigne.



Produits premium (dont bio) : ZRP, Label Rouge, AOP...

Être dans l'action commerciale pour ne pas subir et « blinder » son argumentaire pour conserver les lignes ZRP en niche de valeur !

1. Le positionnement de ma ligne ZRP est-elle cohérente dans mon environnement? Ma ligne ZRP a-t-elle toutes les chances de se développer dans son environnement? (*Réflexion & travail lors des GT COMMERCE + réflexion interne à mener par chaque adhérent à l'enseigne*).
2. Réflexion à mener sur la complémentarité de l'offre.
3. **Muscler l'argumentaire** de son équipe commerciale / marketing pour consolider/argumenter les lignes ZRP en niche de valeur (*Module formation*)



Les chiffres au
global en 2022 :
+20% en volume

**COLLECTIF
NOUVEAUX
CHAMPS**

Des producteurs engagés !



57 adhérents

3 nouvelles adhésions depuis septembre 2022 :

agro
Mousquetaires

Kerlys
au cœur des légumes

inform

Les acteurs du Zéro Résidu de Pesticides



Source : CNC – Au 31 décembre 2022



+20%

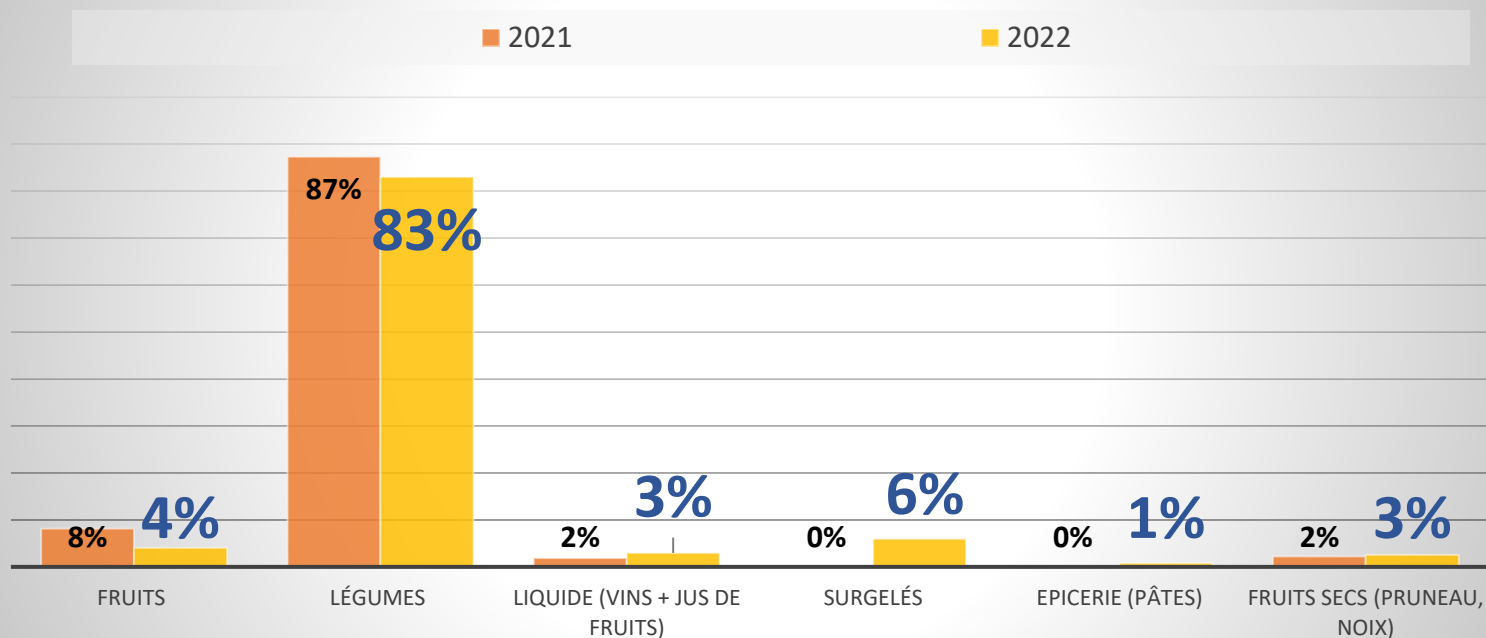
Progression en volume en
2022.

Vs N-1

La transversalité de notre offre : notre force pour demain...

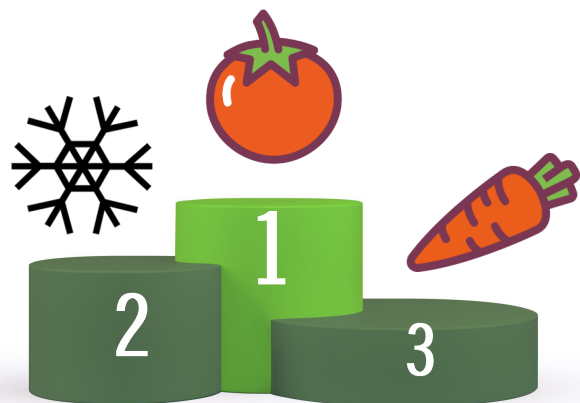


Répartition du Chiffre d'Affaires Zéro de Pesticides par univers entre 2021 et 2022



**COLLECTIF
NOUVEAUX
CHAMPS**

Des producteurs engagés !



Surgelés

18%

de la PDM volume

Tomate

44%

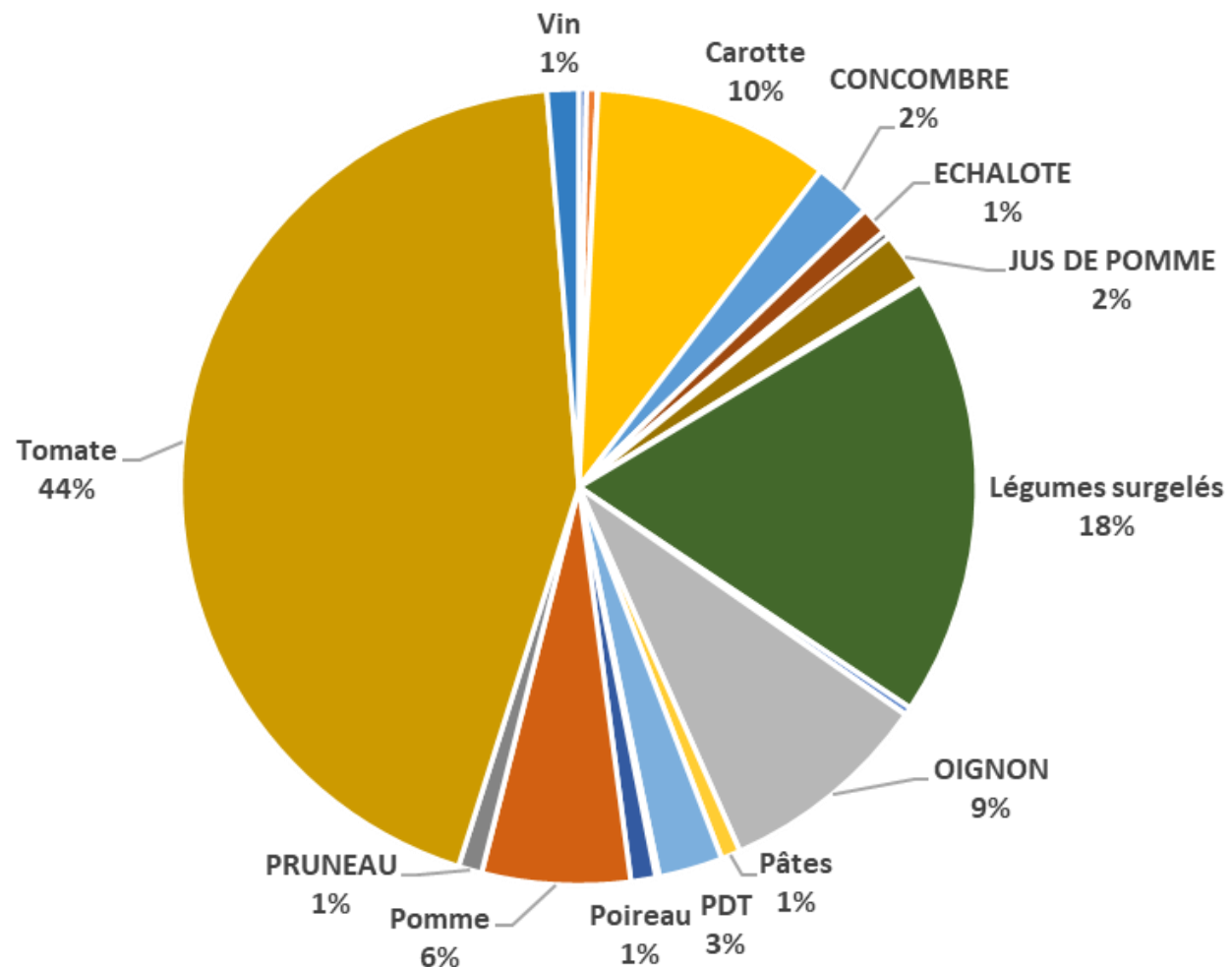
de la PDM volume

Carotte

10%

de la PDM volume

Part de marché des espèces du 1er janvier au 31 décembre 2022 - En volume



**COLLECTIF
NOUVEAUX
CHAMPS**

Des producteurs engagés !

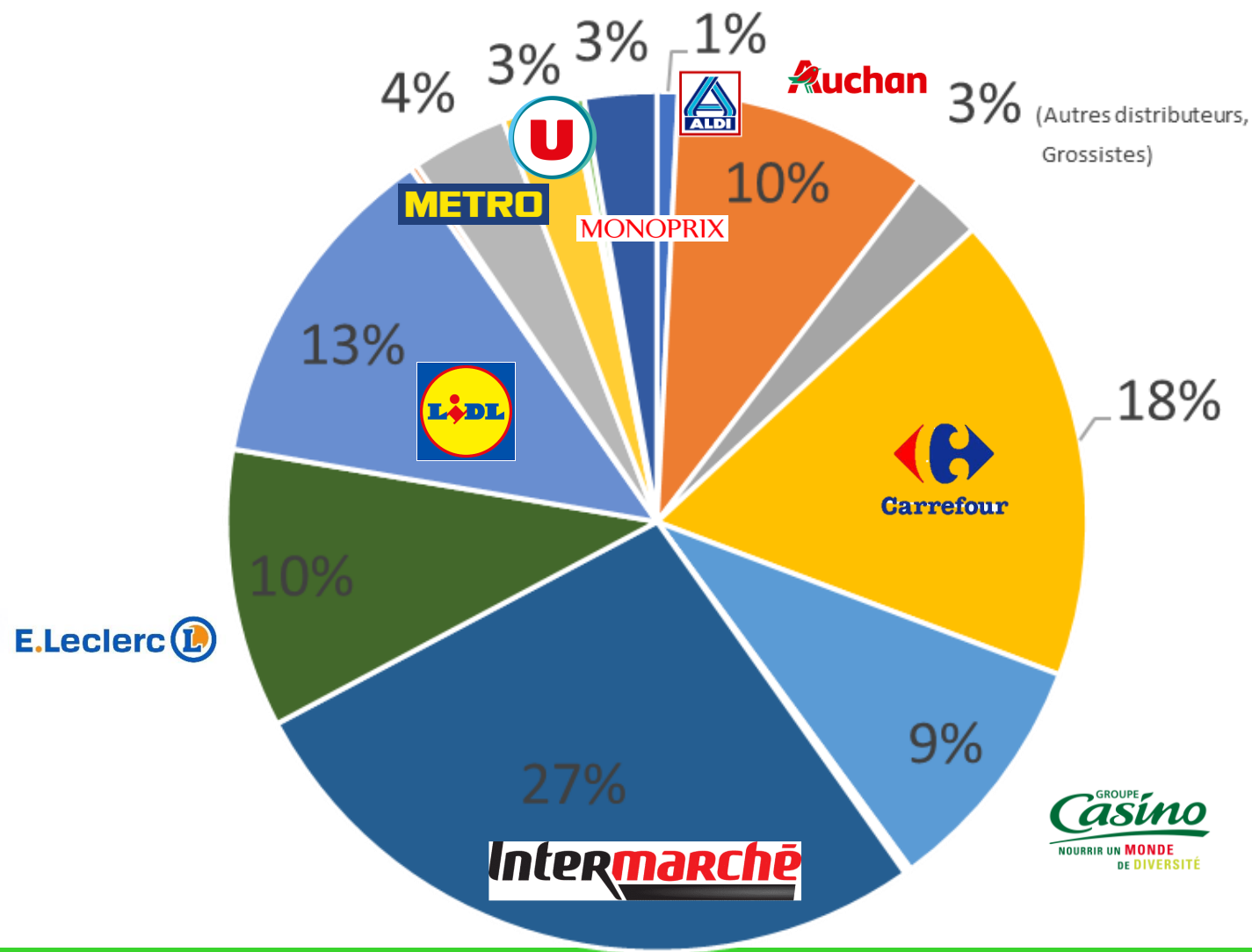


Autres distributeurs à – de 1% de PDM

valeur: Cora, Franprix, Match, Pomoma, Sedifrais,
Colruyt, Costco, Courtier France

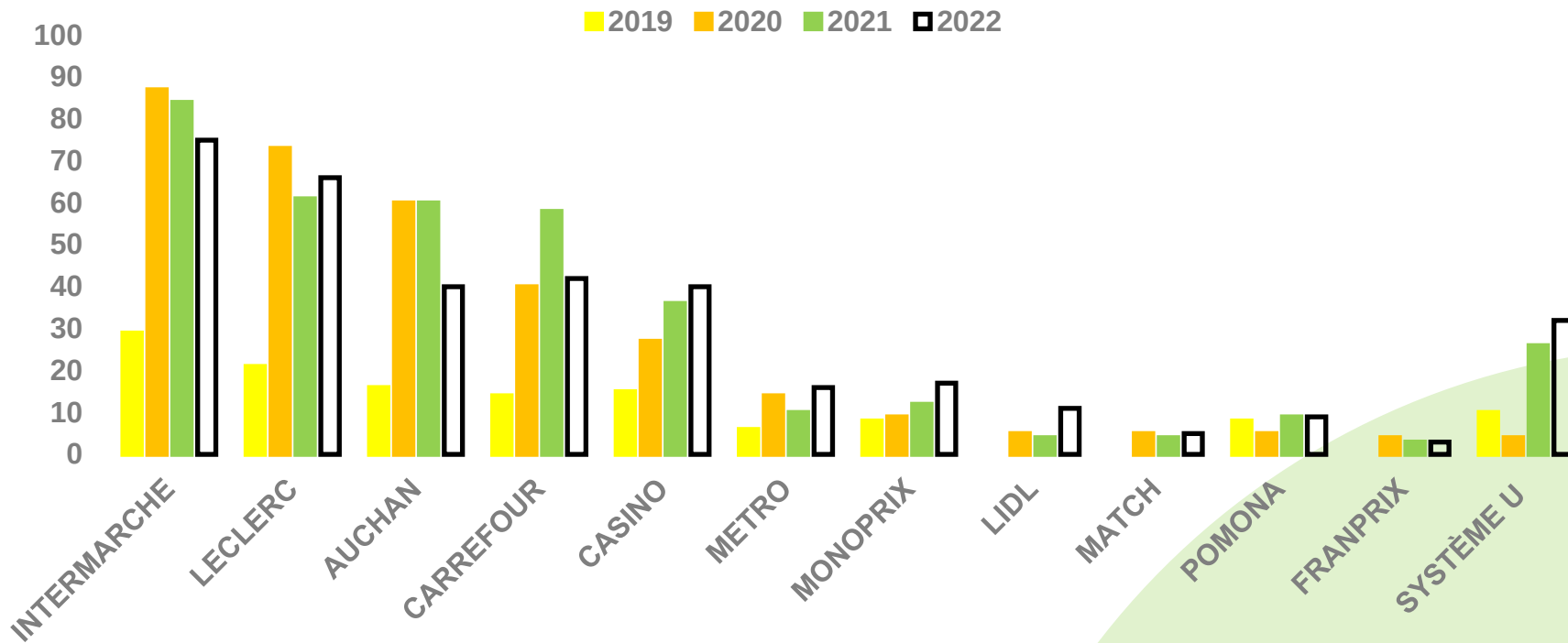
Tiens, Tiens... Lidl s'en mêle!

Part de marché des enseignes en 2022 - en valeur - *Tous produits ZRP*





RÉFÉRENCEMENT



Evolution du référencement des produits Zéro Résidu de Pesticides sur 4 ans.

Intermarché conserve son avance avec **70 référencements** au 31 décembre 2022.

Chaque enseigne adopte sa stratégie en 2022. Certains rationalisent leur assortiment ZRP, d'autres continuent de le développer à un rythme régulier... Le travail reste entier!



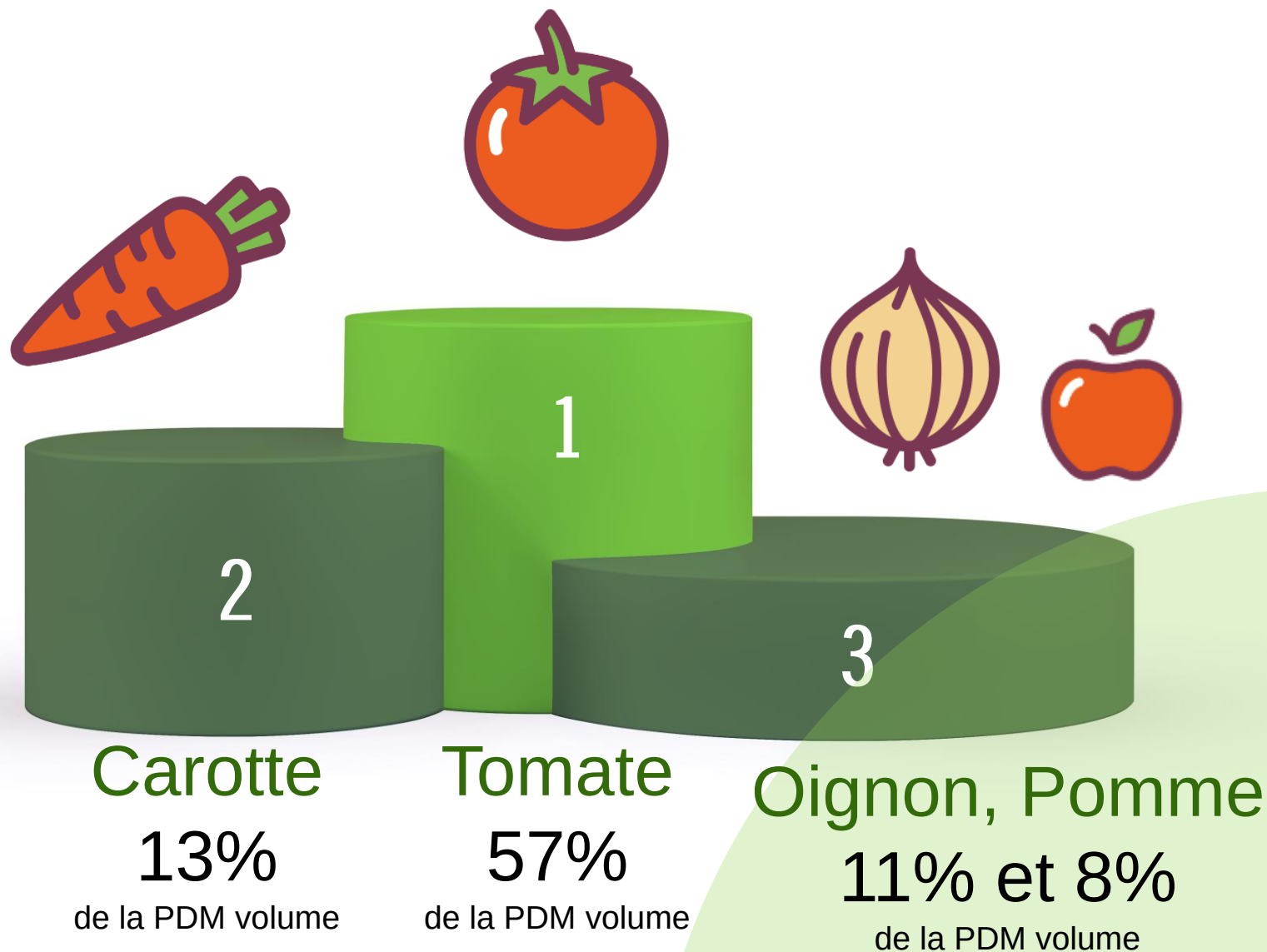
• •

Univers par univers : la répartition

• •



TOP ESPÈCES 2022 – Univers Fruits & Légumes Frais



**COLLECTIF
NOUVEAUX
CHAMPS**

Des producteurs engagés !



UNIVERS F&L Frais, « *Tomate dépendance* » notre force...mais nous rend aussi vulnérable...

F&L Frais
87 % du
CA ZRP

ESPECES	Volume en 2020	Volume en 2021	Volume en 2022	Evol 2022 vs 2021	Commentaires 2022
Pomme	1191	779	1341	+72%	Une ligne barquette ouverte puis refermée chez Intermarché qui fait la croissance
Abricot	185	197	70	-64%	1 seul acteur - Démarrage tardif de la ligne chez Intermarché
Fraise	154	86	70	-22%	1 seul acteur – structuration de l’offre
Kiwi	41	70	34	-51%	Un démarrage Intermarché tardif en Kiwi vert
Poire	108	59	30	-49%	Pas de volumes avec Intermarché
Ail	193	231	100	-56%	Perte du dossier Carrefour – Carrefour dépendance de la filière
Echalote	198	413	251	-39%	Perte du dossier Carrefour – Carrefour dépendance de la filière
Asperge	4	11	4	-63%	1 seul acteur – structuration de l’offre
Carotte	1623	1985	2143	+8%	Maintien des volumes malgré contexte loi Agec
Concombre	888	872	527	-39%	1 seul acteur – Une disponibilité moins importante
Courgette	5	12	1	-	1 seul acteur – structuration de l’offre
Melon	249	175	72	-58%	Démarrage refusé par Intermarché en MMP
Oignon	3825	2775	1932	-30%	Perte du dossier Carrefour – Carrefour dépendance de la filière
PdT	299	474	579	+22%	Beau travail pdt primeur (noirmoutier) = 90% des volumes
Poireau	400	299	224	-25%	1 seul acteur – structuration de l’offre
Tomate	8304	8799	9759	+10%	Des prix cohérents, des lignes bien installées en cœur de gamme, et un socle clients solide qui favorise la croissance

**COLLECTIF
NOUVEAUX
CHAMPS**

Des producteurs engagés !



Univers liquide (Vins & Jus de fruits)

Liquides
3 % du
CA ZRP

Jus de
fruits

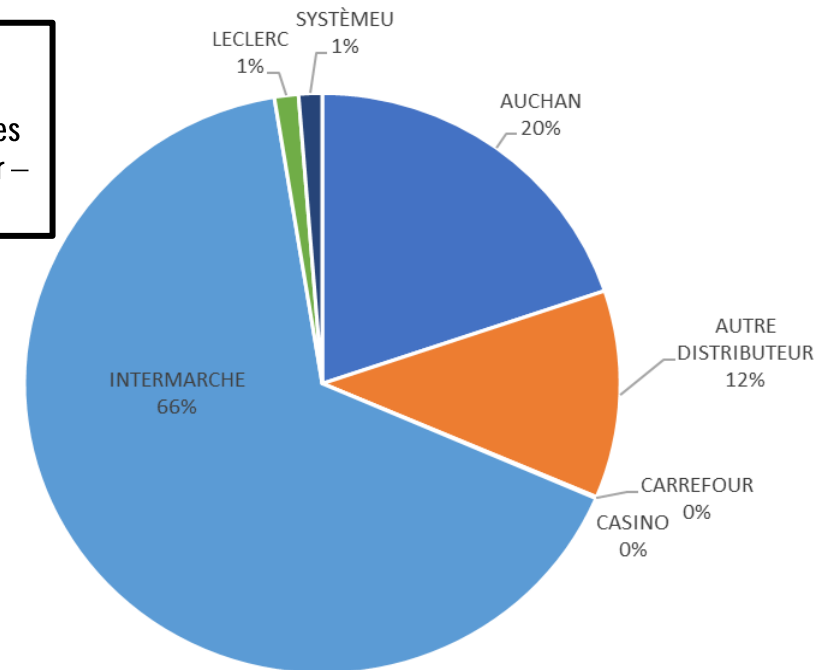
• 20% du CA
de l'univers
liquide en
2022.

Vin

• 80% du CA
de l'univers
liquide en
2022.



Part de marché
enseigne - Zéro
Résidu de Pesticides
en 2022 – en Valeur –
Univers liquides



+33%
vs N-1

+34%
vs N-1

21

Références commercialisées en 2022
(13 en 2021)

9

Adhérents actifs* en 2022
(6 en 2021)

1,4 M d'€

CA Liquide en 2022

(1,1 M d'€ sur l'année 2021)

720 000

bouteilles commercialisées en 2022
(466 000 sur l'année 2021)

*ayant commercialisés des produits Zéro résidu de pesticides
en 2022

**COLLECTIF
NOUVEAUX
CHAMPS**

Des producteurs engagés !



Surgelés 6
% du CA
ZRP en
2022



6 références actives. (Petits pois, Carottes rondelles, Choux fleurs, Epinard hachés, Garden peas, haricots romano)
Uniquement de la MDD.



Autres univers (Surgelés, Fruits secs, Epicerie)

Epicerie 1 %
du CA ZRP



8 références actives. (Tortiglione, coquille, Coquillette...).



Tortiglione Collection 1844



Epinette Collection 1844



Torsadée Collection 1844



Coquille Collection 1844

Fruits Secs
3 % du CA
ZRP en
2022



7 références actives (Pruneau, dénoyautés, noix...).





• •

Notre présence en magasin

• •

**COLLECTIF
NOUVEAUX
CHAMPS**

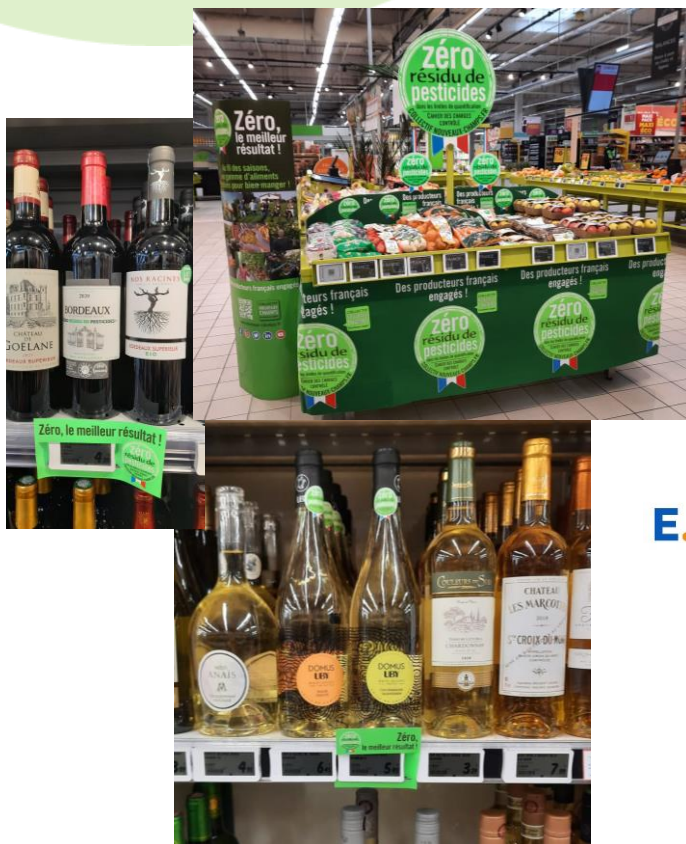
Des producteurs engagés !



Actions Promofel 2022 (Univers Fruits & Légumes frais)

En 2022, 379
Théâtralisations +
890 Balisages

Dont 229 balisages dans le
rayon vins

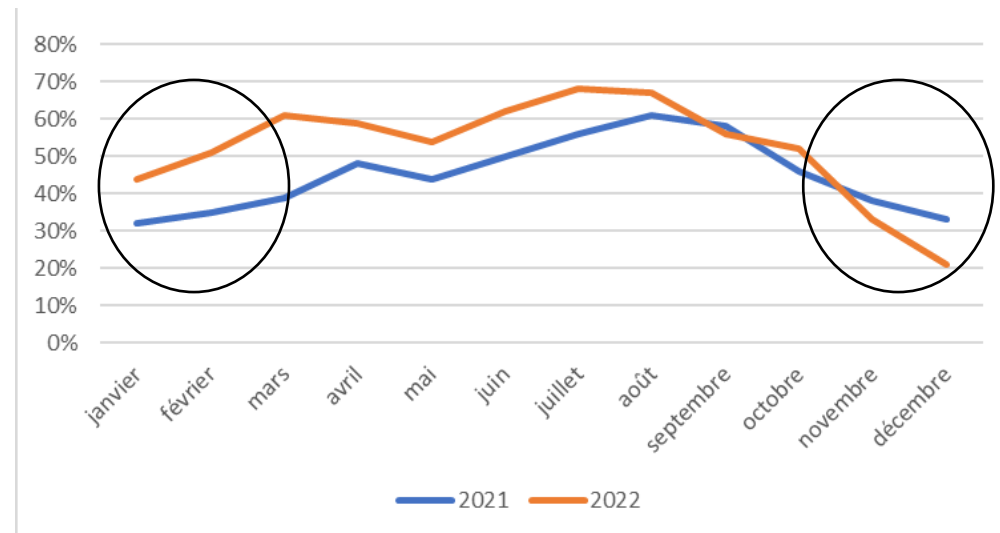


E.Leclerc  **Intermarché**

70% des mises en avant ont
été réalisé chez Leclerc &
Intermarché en 2022.

*Télécharger le bilan promofel via
le lien du mail pour en savoir plus*

Présence du label ZRP en magasin / 2022 vs 2021





Revue enseigne
pour se blinder en
RDV et au
quotidien dans les
échanges

COLLECTIF
NOUVEAUX
CHAMPS

Des producteurs engagés !



Les avancées majeures – Fruits & Légumes Frais

(Focus Enseignes)



GROUPE
Casino
NOURRIR UN MONDE
DE DIVERSITÉ



Intermarché

E.Leclerc

Agromousquetaires
rejoint le Collectif Nouveaux
Champs pour intensifier le
développement du Zéro
Résidu de Pesticides chez
Intermarché

agro
Mousquetaires

Pour développer les lignes
ZRP, merci de nous
communiquer vos codes
Frontofresh sur vos lignes
ZRP.

(MDD Panier du
primeur + HVE +
ZRP en phase de
Test en tomate)



Lidl monte sur la 3^{ème} marche
du podium sur ZRP avec 3
espèces représentées
(Tomate, Carotte, PDT).
Big up aux adhérents qui ont
réussi à rentrer et qui
poussent la démarche!

[Lien fiche enseigne](#)



**5 prospectus nationaux en
2023** sur le ZRP avec notre co-
branding Agriplus + ZRP.
(S5,S12,S25,S33,S43)

*Partenariat qui s'étend dans
d'autres univers à présent (pâtes,
surgelés)*

**COLLECTIF
NOUVEAUX
CHAMPS**

Des producteurs engagés !



INTERMARCHÉ : être efficace sur le positionnement!

Les arguments clés au
31 12 2022

5 Rayons

Présence de notre label en 2022



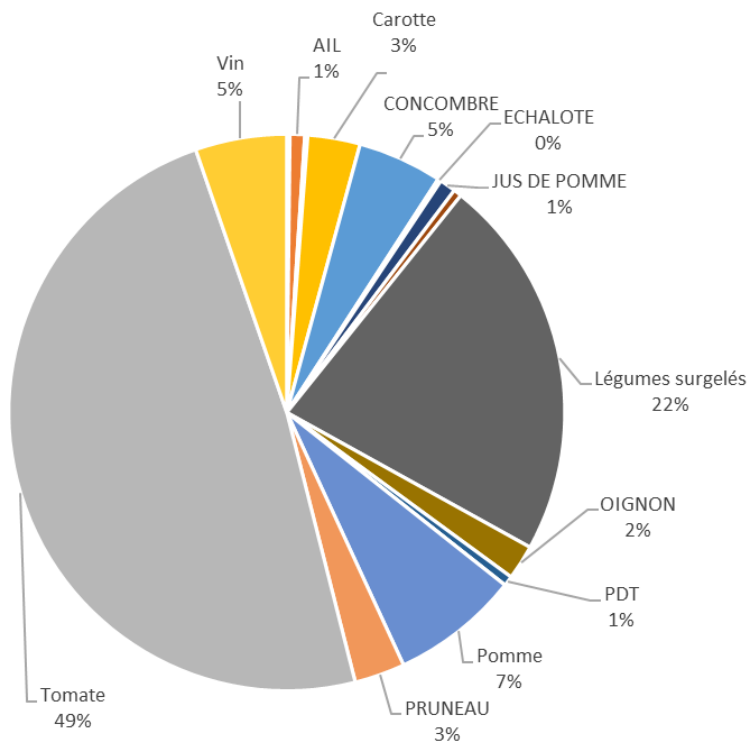
+12% CA Zéro Résidu de Pesticides

Vs N-1



55%

Poids Marque De Distributeurs sur l'ensemble de l'offre Zéro Résidu de Pesticides. (Saint Eloi + ZRP en surgelés; Expert Club + ZRP en vin, Mon marché plaisir + ZRP en F&L Frais, Paquito + ZRP en Jus de Fruits)



Part de marché de l'Offre collective Zéro
Résidu de Pesticides chez Intermarché au 31
12 2022 – en Valeur

Intermarché

Nouvel adhérent du Collectif
Nouveaux Champs:

agro
Mousquetaires

**COLLECTIF
NOUVEAUX
CHAMPS**

Des producteurs engagés !



LIDL monte sur le Podium en 2022 – 3^{ème} avec 13% de PDM!

Les arguments clés au 31 12 2022

+24% CA Zéro Résidu de Pesticides
Vs N-1



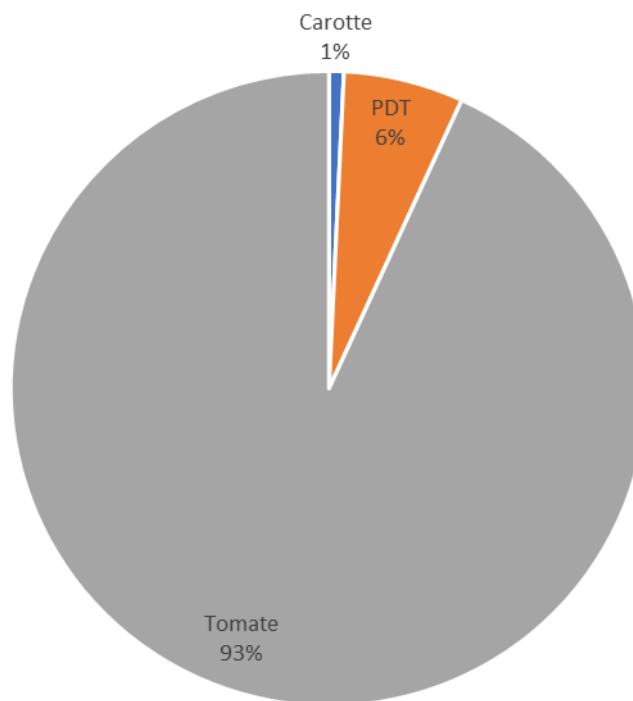
+27%

Volume Zéro Résidu de Pesticides
Vs N-1



3 espèces présentes en 2022 vs 1 en 2021.

Part de marché de l'Offre collective Zéro Résidu de Pesticides chez Lidl au 31 12 2022 – en Valeur



**8 Références ZRP
actives en 2022 vs 4
en 2021.**

**COLLECTIF
NOUVEAUX
CHAMPS**

Des producteurs engagés !



**Les arguments clés au
31 12 2022**

4 Rayons

Présence de notre label en 2022



**+35% CA Zéro Résidu de Pesticides
Vs N-1**



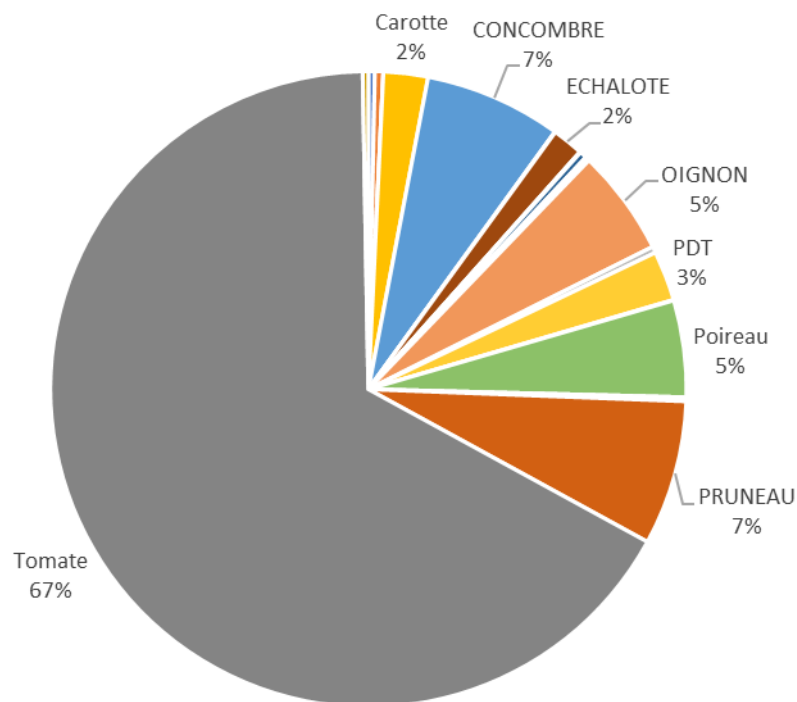
18%

Poids Marque De Distributeurs sur l'ensemble
de l'offre Zéro Résidu de Pesticides. (Tomate)



LECLERC : L'enseigne est en retard (10% de PDM) par rapport à ses concurrents!

**Part de marché de l'Offre collective
Zéro Résidu de Pesticides chez
Leclerc au 31 12 2022 – en Valeur**



Melon, Kiwi, Abricot, Courgette, Noix, Fraise, Pâtes, Poire, Pomme, Ail, Asperge, Couscous, Jus de pomme, Vin : - de 1%

**COLLECTIF
NOUVEAUX
CHAMPS**

Des producteurs engagés !



CASINO, Un partenariat Agriplus + ZRP qui se développe !

Les arguments clés au
31 12 2022

3 Rayons

Présence de notre label en 2022. (F&L
Frais + Fruits secs + pâtes)



Développement du partenariat Agriplus
+ ZRP sur le rayon Pâtes et Surgelés en
2023

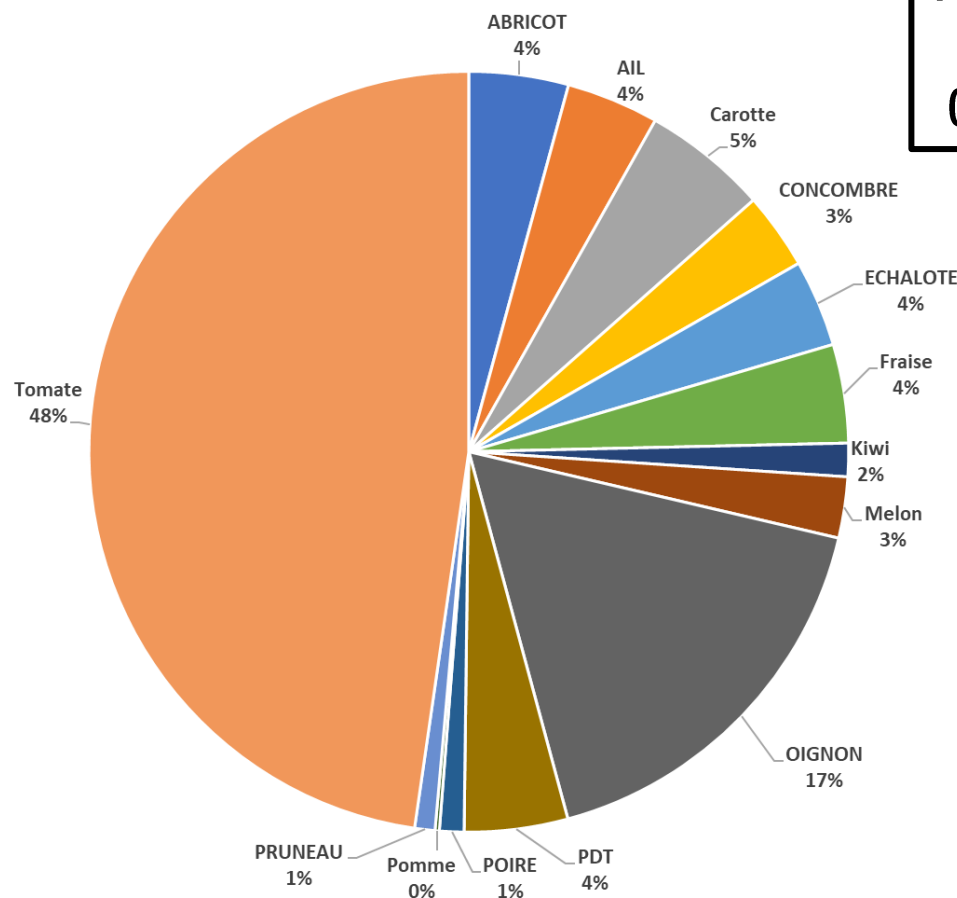


41%

Poids Marque De Distributeurs sur l'ensemble de
l'offre Zéro Résidu de Pesticides. (Agriplus + ZRP)



Part de marché de l'Offre collective
Zéro Résidu de Pesticides chez
Casino au 31 12 2022 – en Valeur



GROUPE
Casino
NOURRIR UN MONDE
DE DIVERSITÉ



**COLLECTIF
NOUVEAUX
CHAMPS**

Des producteurs engagés !



Monoprix, ça va bouger en 2023 !

Les arguments clés au 31 12 2022

+16% CA Zéro Résidu de Pesticides
Vs N-1

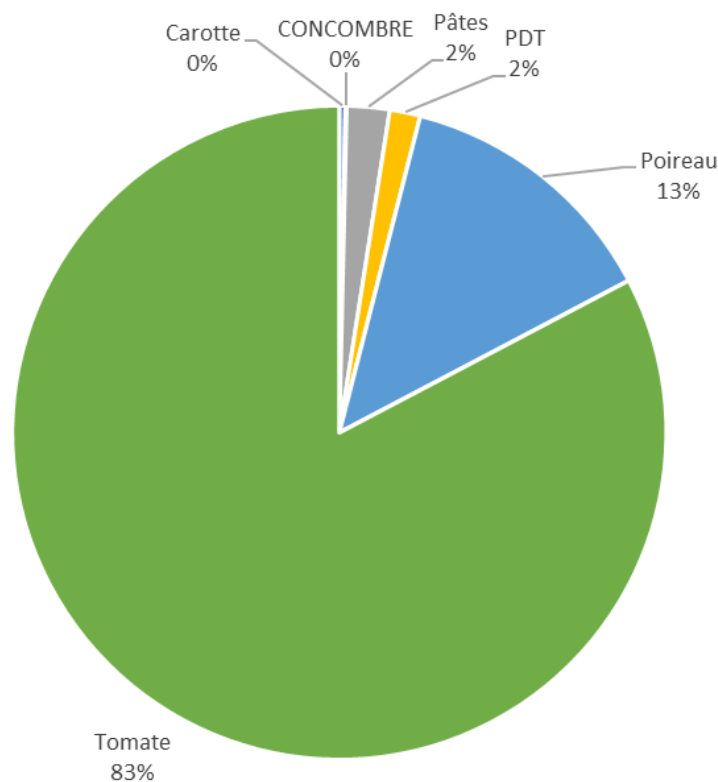


+11% Volume Zéro Résidu de Pesticides
Vs N-1



En 2023, des pâtes ZRP sous la marque
MONOPRIX seront en rayon

Part de marché de l'Offre collective
Zéro Résidu de Pesticides chez
Monoprix au 31 12 2022 – en Valeur



MONOPRIX



**COLLECTIF
NOUVEAUX
CHAMPS**

Des producteurs engagés !



SYSTÈME U, gros retard de l'enseigne sur le ZRP

Les arguments clés au
31 12 2022

5 Rayons

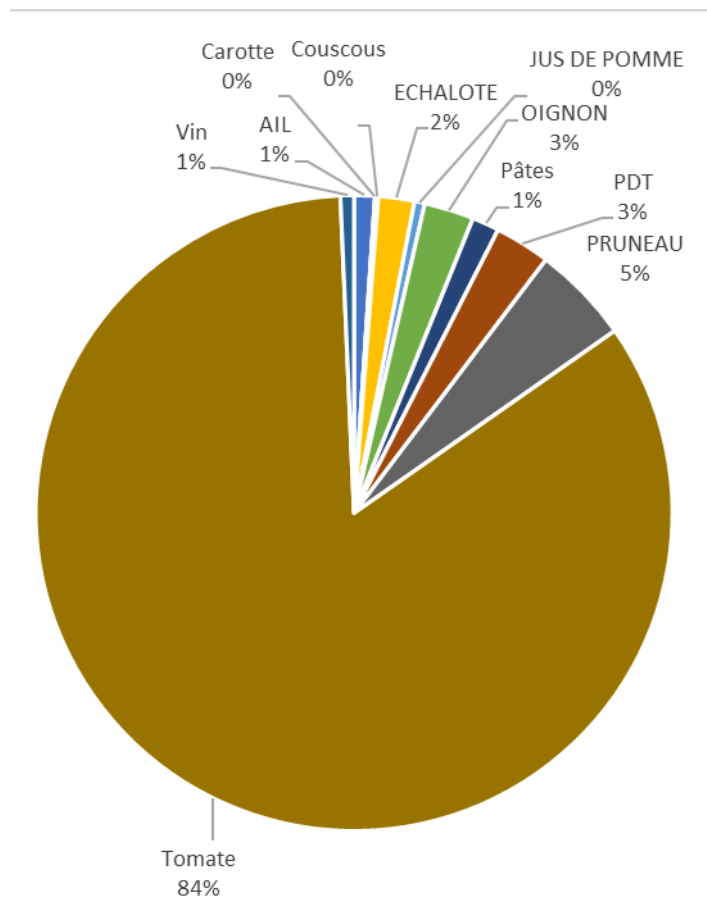
Présence de notre label en
2022



+53% CA Zéro Résidu de
Pesticides Vs N-1



+20% Volume Zéro Résidu de
Pesticides
Vs N-1



Part de marché de l'Offre
collective Zéro Résidu de
Pesticides chez Système U au
31 12 2022 – en Valeur



**COLLECTIF
NOUVEAUX
CHAMPS**

Des producteurs engagés !



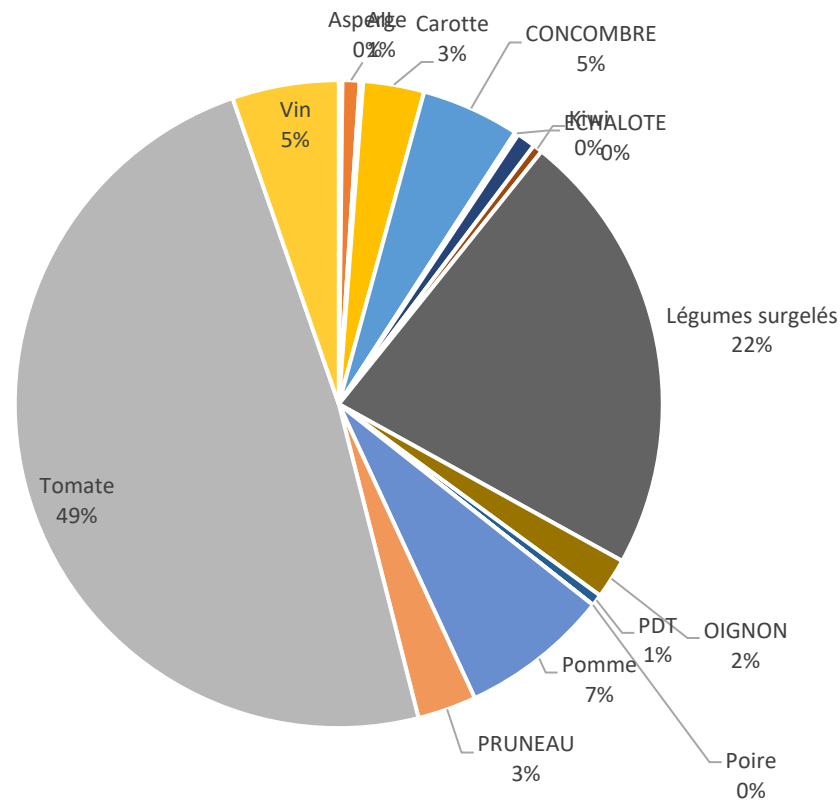
AUCHAN, continuer de convaincre!

LES CHIFFRES A RETENIR
En 2022

4 Rayons

Présence de notre label en 2022

Part de marché de l'Offre
collective Zéro Résidu de
Pesticides chez Auchan en 2022
— en Valeur



**COLLECTIF
NOUVEAUX
CHAMPS**

Des producteurs engagés !



Carrefour prend le partis pris de sa Filière Qualité Carrefour en F&L frais.. Peu de place pour le ZRP à ce stade

Les arguments clés au
31 12 2022

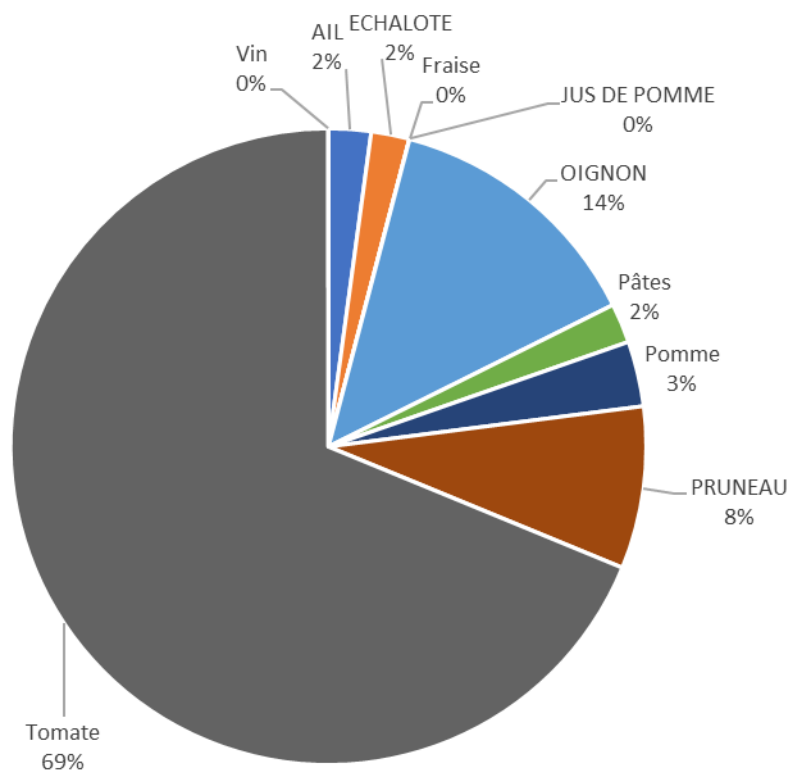
4 Rayons

Présence de notre label en 2022



+2% CA Zéro Résidu de Pesticides
Vs N-1

Part de marché de l'Offre
collective Zéro Résidu de
Pesticides chez Carrefour au 31
12 2022 – en Valeur





D'autres enseignes à développer

A ce jour de très faibles volumes réalisés en ZRP





Circuit Grossistes / restauration :

S'appuyer sur la Loi Egalim 2 = Informer, proposer et convaincre. Le label ZRP est éligible!



TRANSGOURMET

METRO

Carotte, Concombre, Fraise,
Tomate en ZRP chez Metro

50%

TAUX DE NOTORIÉTÉ
DU LABEL EN 2022





• •

A noter dans
mon agenda

• •



Evènements 2023 - SIA

25 février au 5 mars



- Présence sur un stand d'environ 28 m² dans le Hall 2.2

Lien pour vous inscrire en tant qu'ambassadeur sur le stand =

https://forms.office.com/Pages/ResponsePage.aspx?id=B-buqPRE0EGWWdkLWCjM_Y9gbpNk9EZAvpYElABY7uBUQjhYQIRWSlo0Rkg0V1ZSQkxHTkZSMVhONy4u

Moment convivial : soirée le jeudi 2 mars à partir de 19H

Hall 1 sur stand Nouvelle Aquitaine

Lien pour vous inscrire à la soirée - à transférer à vos clients:

[Invitation salon agriculture - Nouveaux Champs \(nouveaux-champs.fr\)](https://nouveaux-champs.fr)





Evènements 2023 - Medfel



Séminaire commercial + AG du Collectif Nouveaux Champs

Direction générale + direction commerciale en priorité

26 avril 2023

Medfel à Perpignan

Agenda de la journée en cours de construction



• •

Bonus : Des infos
en +!

• •



PLAN TV 2023



225 millions
de contacts estimés

FEVRIER



3 semaines du 30/01
au 26/02/2023
Semaines 5 à 8

JUIN



**PETITS PLATS EN
EQUILIBRE**
3 semaines du 12/06
au 02/07/2023
Semaines 24 à 26



OCTOBRE



RTL La matinale
2 semaines du 16/10
au 29/10/2022
Semaines 42 à 43



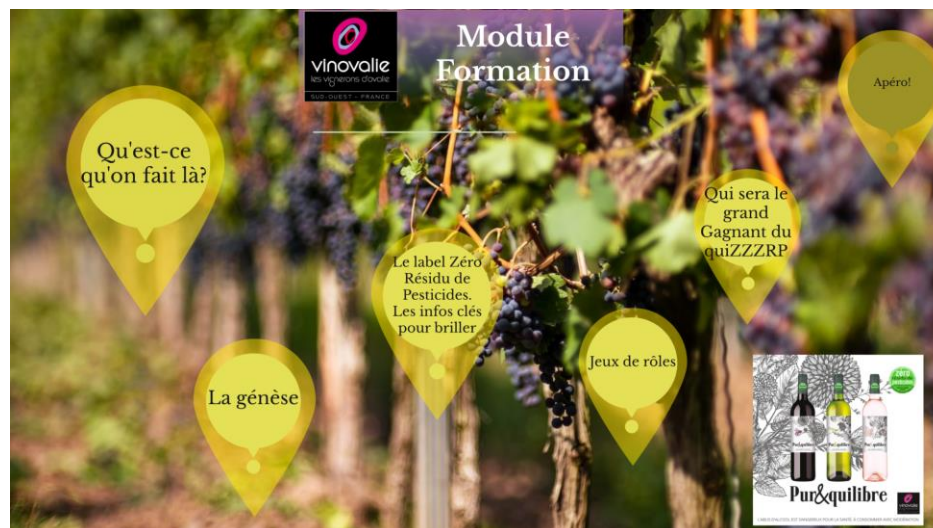
Programmez votre module formation avec votre force de vente (Focus adhérents)



Jean Groussac (Directeur commercial GMS – Vinaloie) :
« Une formation indispensable si l'on veut mettre toutes les équipes dans l'avancée et réussir cette innovation. »

Elorri Behety (Responsable Marketing – Larrère) :

« Je le vois déjà les équipes ont vraiment musclé leur argumentaire, on a pu le tester déjà avec Auchan hier. Pour moi, l'objectif est de mobiliser plus de monde si je reprends la main la prochaine fois. »



Equipe Fermes Larrère – Septembre 2022



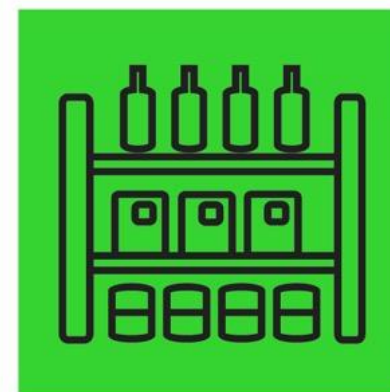
Equipe Vinaloie – Novembre 2022

Contact : Quentin - 0648738993



La com' pour soutenir le développement Un espace rien que pour vous!

[Ressources communication - Nouveaux
Champs \(nouveaux-champs.fr\)](https://nouveaux-champs.fr)





Vos interlocuteurs:

Quentin GIBERT
Responsable du développement commercial
06 48 73 89 93
q.gibert@nouveaux-champs.fr

Cécile DONATI
Chargée de mission Qualité et Technique
06 24 96 36 59
c.donati@nouveaux-champs.fr

Julie SABOURIN
Responsable Qualité et Technique
07 84 22 60 21
j.sabourin@nouveaux-champs.fr



Collectif Nouveaux Champs



Collectif Nouveaux Champs
@NouveauxChamps



nouveauxchamps



Collectif Nouveaux Champs



Zéro Résidu de pesticides

Plus d'infos sur : www.nouveaux-champs.fr