

**COLLECTIF
NOUVEAUX
CHAMPS**
Des producteurs engagés !



LE LABEL QUI MONTE !



Nous sommes un mouvement citoyen de producteurs français, acteurs volontaires de la **transformation agricole** de notre pays. Engagés dans une démarche de progrès humain et environnemental, nous défendons le **bien-manger**, pour tous. Nous sommes aujourd'hui capables de proposer de nombreux aliments garantis **“Zéro Résidu de Pesticides”**.



60 ADHÉRENTS, 6 000 PRODUCTEURS !

Le Collectif a été initié dans la filière Fruits & Légumes. Nous représentons près de 25 % de la production française totale de cette filière.

Un label alimentaire transversal

Fruits et légumes frais, céréales, jus de fruits, vins...



Des consommateurs inquiets pour leur santé
93% des Français considèrent que la présence de pesticides
dans leurs aliments impacte leur santé

Pour exister demain, nous avons choisi de construire une nouvelle voie...



Une démarche éthique portée par des paysans français

Le Label “Zéro Résidu de Pesticides” du Collectif Nouveaux Champs offre les garanties d’un produit français !

- Respect des règles sociales françaises
- Juste répartition de la valeur dans la filière pour assurer une qualité durable et un investissement dans la transformation de notre agriculture
- Soutien de l’emploi dans nos régions



HVE + ZRP la combinaison gagnante pour une agriculture française engagée !



- + de 500 producteurs engagés dans la démarche "Zéro Résidu de Pesticides" en 2019
- 1 500 parcelles engagées sur + de 4 000 hectares
- 54% des producteurs sont déjà certifiés HVE (270 exploitations)



UNE PROMESSE CLAIRE ET AMBITIEUSE !

combinaison de techniques agricoles
+
engagement de résultat
=





Plus exigeante et expérimentale que l'agriculture conventionnelle, nos actions s'appuient sur **les principes agroécologiques**.



Notre démarche est aussi différente de l'agriculture biologique car nous nous engageons sur un **résultat** ("Zéro Résidu de Pesticides") en plus des **obligations de moyens**.



Une garantie pour vous : **tous les lots sont analysés** avant l'arrivée chez le client.

UNE COMBINAISON DE “BONNES PRATIQUES”

Stratégie technique :
des pratiques agricoles
engagées autour d'une
combinaison de moyens
pour contrôler les
bioagresseurs des
cultures



**12 mois sur 12, une gamme de 110 références !
36 aliments labellisés et une quinzaine à venir...**



COLLECTIF
NOUVEAUX
CHAMPS

Des producteurs engagés!



UN MACARON QUI ATTIRE L'ATTENTION !





UNE FORCE DE VENTE ACTIVE SUR LE TERRAIN



Avec Promofel, une force de vente répartie sur l'ensemble de la France prête à venir dans vos magasins pour baliser vos rayons et construire des mise en avant.

QUI S'INTÉRESSE À NOUS ?

L'ensemble de la population est intéressé par notre label jugé **bon pour la santé et respectueux de l'environnement**. Tout comme par l'origine France.

L'intérêt est marqué particulièrement chez les **familles avec enfants et les foyers CSP+**, par rapport à la moyenne des français.

Le Label au cœur de la promesse qui parle aux consommateurs !



16% des Français

connaissent notre label.

38% des Français

ont déjà vu un F&L de la 3^e voie en GMS
et la moitié d'entre eux en a acheté
au cours des 6 derniers mois.



2^e label le plus incitatif à l'achat
(après le label "Cruelty free").

55% des acheteurs
ont l'intention d'en acheter plus dans le futur.

La performance valeur ZRP est de
3,4% du CA du rayon

(F&L 1^{re} gamme vs. bio 5,5%, dans le cadre du test magasin mené sur l'été 2019 sur 7 magasins.)





Les Millennials (18-35 ans) connaissent quasiment la totalité des labels proposés sur le marché. En revanche les Millennials sont défiants envers le label AB. Bien que le taux de notoriété du label AB soit bien meilleur que celui du label ZRP, **le label ZRP est jugé plus sincère et bienveillant et ils lui accordent plus de confiance.**

Avec seulement deux ans d'existence, le ZRP semble challenger le label de référence Agriculture Biologique, notamment sur la transparence et la réassurance du produit.





PREMIERS RÉSULTATS ÉCONOMIQUES

Depuis le lancement (2018)

58

millions d'UVC
ont été vendues.

75

millions d'euros
de chiffre d'affaires

2,4

millions d'euros
investis dans les analyses.

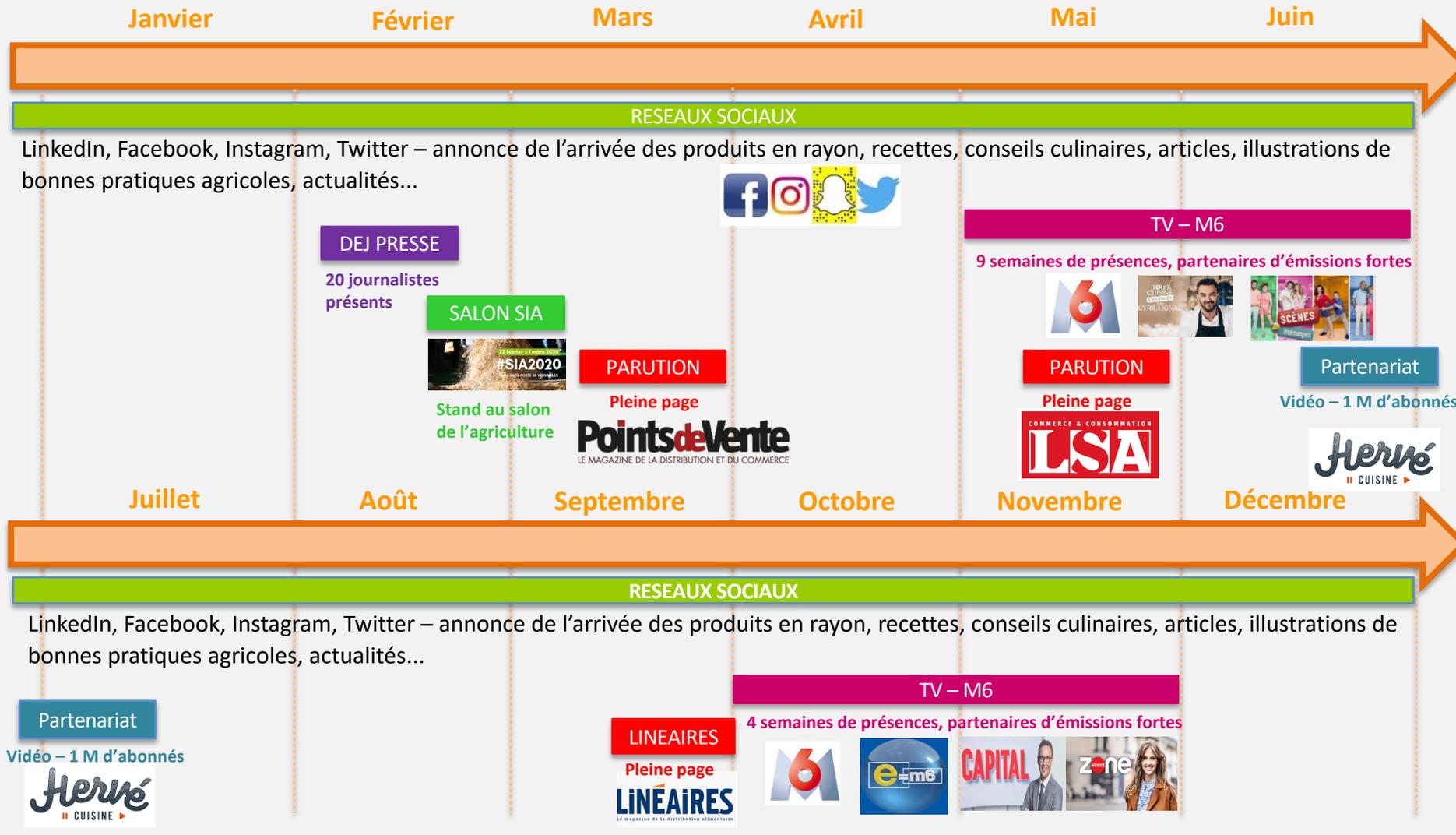
Le succès du label tient à la conviction que c'est ENSEMBLE, producteurs, distributeurs et consommateurs qu'on y arrivera !



COMMUNICATION 2020



Partenaire de
TOUS EN CUISINE
en direct avec
CYRIL LIGNAC
sur M6 à 18h45



CNC x M6
2020

DISPOSITIF TV PUISSANT & EN AFFINITÉ AVEC LA CIBLE FRDA<50



217 M

contacts 15+
touchés en TV



Mai
4 semaines
Du 04/05 au 29/05
S19 à S22

Juin
5 semaines
Du 31/05 au 28/06
S22 à S26

Octobre
2 semaines
Du 25/10 au 01/11
S43 à S44

Octobre Novembre
4 semaines
Du 25/10 au 15/11
S43 à S46