

À NOTER

2005-2006 : une campagne EFFICACE

En 2005-2006, côté presse grand public, la campagne a permis de toucher 80% des ménagères avec enfants, le cœur de cible de ces produits. Côté animation, 1700 magasins spécialisés et grandes surfaces ont reçu un kit d'information et plus de 750 journées d'animation-dégustation ont été organisées.

En 2006-2007, la campagne joue de nouveau sur tous les tableaux : les actions en magasins vont se poursuivre, tout comme les actions dans la presse.

EN SEPTEMBRE 2006, les fruits et légumes bio investissent pour la troisième année la presse pro

... dans *FLD magazine, Caps Infos, Linéaires, Du sol à la table, Végétal*.

Au début de l'année prochaine : une nouvelle action grand public

Les journalistes seront conviés à un repas bio organisé dans la Cuisine Fraich'Attitude. Des entreprises de la filière bio pourront leur rappeler les modes spécifiques de culture des fruits, légumes et pommes de terre bio.

Retrouvez toute l'actualité et les informations sur les fruits, légumes et pommes de terre bio, la campagne 2006-2007 et les outils de communication sur :

www.interfelbio.com, www.cnipt.com/bio.html

En ligne dès maintenant : le bilan des animations magasin 2005-2006.

**Tous les bienfaits des fruits et légumes frais,
la santé de la terre en plus.**



Campagne Financée avec le Concours de l'Union Européenne et de l'Office National Interprofessionnel des Fruits, des Légumes, des Vins et de l'Horticulture



Paragamme - Tél. : 01 49 29 92 29 - © crédits photos : Christophe Pagès - CNIPT : L. Rouvrais, D. Chenot.

VOTRE INFORMATION TRIMESTRIELLE

Guide Fruits, Légumes et Pommes de terre

Bio

N°6 2006

AUTOMNE 2006

PAGE 2

LES PRODUITS DE L'AUTOMNE

PAGE 3

LA RENTRÉE DES POMMES DE TERRE BIO

PAGE 4

À NOTER

LES FRUITS ET LÉGUMES BIO REPARTENT EN CAMPAGNE

Pour la troisième année consécutive, les fruits et légumes frais et les pommes de terre bio issus de l'agriculture bio font l'objet d'une vaste campagne de sensibilisation des consommateurs.

Les fruits, légumes et pommes de terre bio confortent leur place dans l'univers de consommation des Français. Les parts de marché

augmentent tant en volume qu'en valeur. Autant de résultats encourageants pour l'année à venir. Il faut continuer à expliquer ce qu'est l'agriculture biologique, mieux faire connaître le logo européen et le logo AB, et mieux positionner les fruits, légumes et pommes de terre bio dans les rayons. Et surtout séduire et donner envie de goûter...

Bio : la consommation poursuit sa hausse !

L'Agence Bio réalise régulièrement un baromètre de perception et de consommation des produits biologiques en France.

47 % des Français consomment régulièrement des produits bio en 2005 (contre 44 % en 2004 et 37 % en 2003) et 24 % au moins une fois par semaine.

Les volumes de consommation des fruits et légumes bio progressent dans le même temps : + 12 % en volume et + 10 % en valeur en 2005 par rapport à la moyenne des 4 années précédentes (source : TNS Worldpanel).

L'image des produits biologiques est positive pour 87 % des Français.

Enfin, plus de 66 % des consommateurs identifient les produits bio grâce au logo AB : mettez-le en valeur !

Pour plus d'informations : www.agence-bio.org - www.interfelbio.com

Les Plaisirs BIO de l'automne et de l'hiver

En automne et en hiver, le rayon fruits et légumes change... c'est le moment d'inciter les consommateurs à (re)découvrir la convivialité et la diversité des fruits et légumes bio !

Le calendrier du rayon bio

	Octobre	Novembre	Décembre	Janvier	Février	Mars
Châtaigne						
Kiwi						
Noix						
Poire						
Pomme						
Raisin						
Brocoli						
Carotte						
Chou-fleur						
Echalote						
Ail						
Oignon						
Poireau						
Pomme de terre						
Salades						

Une culture tout en douceur

L'agriculture bio est un mode de production respectueux de l'environnement, qui préserve les ressources et les équilibres naturels, et protège la faune et la flore sauvages.

Ainsi, en Bretagne, une des principales régions françaises de production légumière en automne-hiver, le climat est un atout indéniable pour atteindre l'équilibre nécessaire aux cultures bio. Grâce à un courant marin (le gulfstream), le climat est tempéré sur les côtes bretonnes, ce qui favorise la mise en place d'équilibres naturels. Par exemple, le puceron cendré,

qui est un ravageur des cultures de choux, voit sa prolifération limitée par des champignons parasites qui, eux, se développent naturellement grâce à l'humidité ambiante. L'agriculteur bio n'a donc pas à intervenir pour protéger ses cultures.

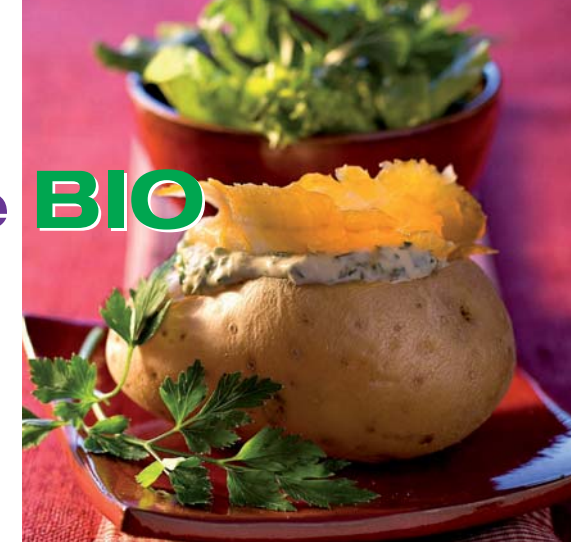
D'autres techniques peuvent être utilisées en bio comme, par exemple, le respect des saisons et du cycle naturel des cultures, le désherbage mécanique et/ou manuel, l'utilisation de variétés adaptées au terroir, etc., sachant que l'utilisation de produits chimiques de synthèse est interdite.

La récolte 2006 des Pommes de Terre BIO est arrivée...

Les pommes de terre bio font leur rentrée avec la récolte 2006 que l'on retrouve sur les étals et dans les rayons des magasins. Et ce pour le plus grand plaisir des petits et des grands ! Après la fraîcheur des menus estivaux, un peu de chaleur est bienvenue à l'approche de l'automne. C'est en effet la période où les consommateurs recherchent des plats plus réconfortants et chaleureux. Les pommes de terre de conservation arrivent donc à point nommé et avec elles de multiples idées de recettes pour accompagner les menus de saison : cuites à la vapeur, à l'eau avec la peau, préparées en salades, rissolées, poêlées, en gratins, au four ou encore en potages...

Une production respectueuse de l'environnement, la santé de la terre en plus

En France, 650 à 700 ha sont cultivés en pommes de terre bio. Elles sont produites et conservées sans engrais chimiques ni pesticides de synthèse, conformément aux règles de l'agriculture biologique. Elles sont également exemptes de traitements antigerminatifs, ce qui les rend particulièrement adaptées à une consommation avec la peau.



Une offre diversifiée pour séduire les consommateurs

Diversifier son offre en magasin c'est optimiser les rotations et répondre aux attentes des acheteurs de pommes de terre bio qui, comme tous les consommateurs de pommes de terre, recherchent la diversité.

Qui dit diversité, dit bien positionner l'offre pommes de terre bio avec une gamme offrant plusieurs utilisations culinaires pour satisfaire au maximum toutes les envies et, pourquoi pas, donner de nouvelles idées et habitudes d'achat. En effet, 83 % des consommateurs déclarent attendre un choix variétés/usages culinaires en pommes de terre bio, notamment avec des références en soupe/purée et en cuisson vapeur (source AND-CNIPT).

Autre donnée importante pour dynamiser le rayon, il est important de proposer des produits clairement identifiés tant sur le mode de production bio que sur les indications d'usages culinaires.

Les attentes en matière de conditionnements s'orientent vers des petits formats, au maximum 2,5 kg.

