



« Pour garder mon rayon en bonne santé, je suis devenu... végétalien* ! »

* [Nom, adjectif]

Relatif à végétale. Adept(e) de végétale.

Un(e) végétalien(ne) est une personne appartenant à la filière fruits et légumes et qui souhaite maintenir son activité professionnelle en bonne santé en excluant toutes informations non pertinentes et par opposition qui utilise les différents supports et contenus de végétale dans ses prises de décision. Par extension, c'est un(e) acteur(trice) impliqué(e) du réseau végétalien, il (elle) appartient à cette communauté qui partage, participe et contribue au développement et à l'amélioration de la filière fruits et légumes.

produire
vendre

Consommer

Vergers écoresponsables

L'ANPP cultive la proximité

Pour développer la notoriété du label « Vergers écoresponsables », qui atteint aujourd'hui 46 % des consommateurs, l'ANPP (Association nationale pommes poires) a lancé en février dernier une importante campagne



media sur les écrans des Français. Avec 273 passages en un mois (soit 50 de plus que lors de la première vague), principalement sur France 2 et France 3, pour parrainer les soirées « séries », le dispositif publicitaire était prévu pour atteindre 150 millions de contacts, sur la cible des femmes de 35 ans et plus. Pour compléter le dispositif TV, les billboards sont repris sur les replays de Francetv.fr dans l'univers séries et fictions avec plus de 2 millions d'impressions.

POMME

Une nouvelle marque pour la variété Story Inored

La société Cofruid'Oc Méditerranée ajoute une nouvelle marque à sa gamme gustative avec la pomme Légend®. Une manière de valoriser toutes les qualités de cette variété rouge, d'ores et déjà disponible en conventionnel et bio. Cofruid'Oc poursuit ainsi son positionnement de « faiseur de saveurs ».

« Pourquoi créer une marque pour une variété libre – Inored, obtention Inrae – déjà connue sous une marque commerciale – Story ? « Pour faire émerger cette variété en garantissant son goût aux consommateurs, ce qui exige une récolte à maturité optimum », répond sans ambage

Didier Crabos, directeur de Cofruid'Oc Méditerranée (35 000 t de pommes), filiale commerciale de la coopérative montpelliéraine qui porte cette démarche. « Elle s'inscrit dans la continuité de notre travail, qui consiste à proposer des produits gustatifs, adaptés à nos terroirs de production, identifiés par des marques évocatrices auprès des consommateurs qui garantissent notre promesse de saveur. » Comme les pommes Reine des Reinettes Gourmande® et Tasty Granny® et les asperges de marques Célestine® et Sauvageonne®. Sans oublier Pink Lady®, dont Cofruid'Oc Méditerranée est l'un des metteurs en marché majeurs et dont Didier Crabos préside le club européen.

Mais revenons à Légend®, ou plutôt à Story-Inored dont les arboriculteurs de l'Hérault ont identifié toutes les qualités et son adaptation particulière à leur climat ensoleillé. « Elle montre une belle coloration rouge, mûrit au bon moment en septembre, est très intéressante d'un point de vue agronomique et gustatif, en phase avec les attentes consommateurs actuelles », développe Didier Crabos. Résistante à la tavelure et dotée d'une longue capacité de conservation post-récolte, sans recours à l'atmosphère contrôlée, elle s'inscrit parfaitement dans les modes de cultures agroécologiques et bio développés par Cofruid'Oc. « Nous croyons vraiment à cette pomme, dont nos plantations représentent un potentiel de 1 500 t. La marque Légend®, adossée à un cahier des

charges exigeant une récolte à maturité et une dégustation avant conditionnement, est notre manière de garantir tout son goût aux consommateurs et de les emmener dans l'univers de cette pomme. » Son logo à l'effigie du dragon du Jardin des Hespérides évoque sa robustesse et son ambition de conquérir le monde amateur de pommes



douces, comme l'Asie où Tasty Granny® a déjà fait sa place. Le marché français est également ciblé, ainsi que les circuits de e-commerce « bien adaptés aux produits qui racontent une histoire forte », d'après Didier Crabos. La campagne 2020-2021 aura permis de tester une commercialisation d'environ 500 t de pommes Légend®, dont une partie en bio.

Soulignons que la marque Légend® est ouverte aux producteurs et metteurs en marché qui souhaiteraient rejoindre la démarche et « qui s'inscrivent dans les mêmes exigences qualitatives que nous », précise Didier Crabos. Dans

une filière pomme marquée par une « archipelisation des variétés et des marques variétales, avec en parallèle une concentration des structures de mise en marché, personne ne peut évoluer en restant isolé. Chaque entreprise doit consolider en permanence ses propres forces, ses singularités, et rechercher des alliances solides pour supporter l'exigence de la montée en professionnalisation qu'exige toujours davantage notre filière. » Cofruid'Oc a développé des synergies fortes avec le groupe Pom'Évasion, pour partager, entre autres, la démarche agroécologique et l'élaboration d'une offre commerciale dédiée au marché britannique.

La pomme Légend® fédère déjà deux soutiens emblématiques : François Laurens (Inrae) père obtenteur d'Inored et Sylvie Brunel (géographe – auteure), marraine officielle de Légend®. CP

végétale

Magazine économique de la filière fruits et légumes depuis 30 ans.

Tout le monde connaît le vertueux message de santé publique destiné aux consommateurs : « Mangez 5 fruits et légumes par jour ». Mais qu'en est-il pour votre entreprise ? Lui donnez-vous des nutriments performants pour sa croissance ? Lui assurez-vous des lectures saines ? Pour lui garantir une bonne santé, nous vous conseillons de devenir végétalien(ne) en consommant « 11 numéros par an » au minimum. Vous bénéficierez ainsi de tous les bienfaits d'un magazine sain, indépendant et riche en informations vitaminées.

www.vegetable.fr

je suis végétalien(ne)* !

forumvégétale

