



FruidiSSI, NOUVELLE MARQUE COLLECTIVE POUR LES FRUITS

Comme certains d'entre vous le savent, depuis deux ans la FNPF travaille sur la mise en place d'une marque collective pour les fruits. Ce projet, qui bénéficie d'un soutien financier des pouvoirs publics, a impliqué un investissement très important de la part de la FNPF.

Pour le mener, la FNPF a commencé sa réflexion par l'analyse des attentes des consommateurs, avec l'ambition d'adapter l'offre fruits à la demande de ceux qui les consomment. Les attentes des consommateurs, mises en évidence par une étude en 2008, sont les suivantes : **la qualité, l'origine locale, la saisonnalité et les bonnes pratiques environnementales.**

Elles sont la base de la réflexion pour la construction de la charte d'engagements dont le respect permet de bénéficier de la marque. Cette charte s'adresse à toute la filière et, c'est en concertation avec ses différents maillons, qu'elle a été élaborée.

L'année dernière, avec plusieurs agences de communication, la FNPF a travaillé sur la conception du nom et du logo, ainsi que sur le site Internet lui consacré.

Avant que je ne rentre plus en profondeur dans le sujet, j'ai le plaisir de vous présenter le nom et le logo de cette marque collective :



Le nom et logo ont été testés à plusieurs reprises auprès des consommateurs. Ils leur plaisent beaucoup. Des tests en magasin ont également confirmé l'intérêt de la démarche.



Je voudrais également attirer votre attention sur le fait que des démarches similaires sont en train d'être mises en place dans d'autres pays européens. Ce sont les consommateurs qui les demandent : ils ont besoin d'être rassurés par rapport aux produits qu'ils consomment. J'ai entendu parler qu'en Italie la création d'une sorte d'étiquette éthique est envisagée pour valoriser les produits agricoles cultivés dans le respect du droit du travail.

Tout ça pour vous dire que Fruidissi est né et prêt à vivre sa vie sur le marché. J'espère que vous serez nombreux à rejoindre la démarche.

Elle devrait contribuer à **redonner de la valeur aux fruits** grâce à la valorisation des bonnes pratiques méconnues des consommateurs, en ce qui concerne, par exemple, l'environnement ou le social dans l'agriculture.

Fruidissi permettra **d'adapter l'offre fruits à la demande des consommateurs**. Ils se plaignent souvent que les fruits ne sont pas bons. En plus, ils ne font plus confiance à nos pratiques agricoles (parce qu'ils ne les connaissent pas). Fruidissi, en tant que démarche citoyenne va donner aux consommateurs des indices pour se repérer dans le rayon de fruits et légumes.

Finalement, cette marque a pour objectif de **valoriser toute la filière fruits**, en mettant en avant et en expliquant ses métiers, les bonnes pratiques environnementales et sociales : tout le travail qui est derrière un fruit et dont les consommateurs ne sont pas conscients aujourd'hui.

Le produit Fruidissi est prêt à être commercialisé. Les consommateurs sont vraiment impatients de les trouver sur les étales. **La marque plaît à 95 % des personnes interrogées et elle est crédible pour 90 % d'entre elles.**

Pour avancer, la FNPF rencontre aujourd'hui différents partenaires de la filière, plus particulièrement des distributeurs, pour préparer le lancement de Fruidissi auprès des consommateurs. Egalement, des travaux sont en cours avec les AOP (Associations d'organisations de producteurs), pour construire ensemble



la suite de la démarche afin qu'elle soit accessible à la fois pour les producteurs organisés et indépendants.

Parallèlement, avec le soutien du nouveau Fonds de dotation EREEL, la FNPF prépare un événement d'envergure médiatique grand public, dans plusieurs régions de France. Il s'agira de proposer une nouvelle façon de parler de fruits, en les associant plus à la cuisine, à la beauté ... pour redynamiser leur image et approcher de nouveaux publics. A cette occasion, la FNPF souhaite organiser une action de soutien à une association caritative. Ce grand événement prévu pour le mois de septembre, permettra d'assurer la visibilité de Fruidissi auprès des consommateurs.

Pour cela, l'engagement de professionnels de toute la filière est nécessaire et, plus particulièrement, celui de producteurs, afin que nous ayons suffisamment de fruits Fruidissi dans les magasins. Du côté de la distribution, ça avance très bien, maintenant c'est à nous, les producteurs, de nous y engager.

Il faut le faire parce que Fruidissi nous permettra de **promouvoir et valoriser les fruits français**. Nous aurons un outil pertinent pour communiquer positivement sur le métier du producteur : le consommateur n'y connaît rien : il pense que le fruit, ça pousse tout seul. Nous devons lui montrer que ce n'est pas le cas.

Peut-être que ça n'a pas été suffisamment mis en avant et il est important de le souligner : **l'objectif de cette marque est d'assurer une rémunération plus juste et équitable aux producteurs. Nous en avons besoin pour pouvoir améliorer régulièrement nos techniques de production et réaliser les investissements nécessaires à l'adaptation au marché. Tout cela, pour préserver la production fruitière en France. Avec les crises comme celle de l'année 2009, elle est réellement menacée, mais ça vous le savez tous, et la FNPF essaie de la sauver par tous les moyens possibles, dont Fruidissi.**