

PLUS DE 2 MILLIONS D'EUROS : UN INVESTISSEMENT À LA HAUTEUR DES AMBITIONS DE TOUTE UNE FILIÈRE

L'investissement de 2 millions d'euros, réalisé pour cette campagne 2016-2017 est inédit. Les producteurs ont fait le choix de cotiser à hauteur 20 euros la tonne : 7,5€ iront à la R&D et 12,5€ sont destinés à la promotion du produit. L'effort collectif réalisé pour cela est un élan extrêmement positif pour la filière. La démarche a pour but de transformer l'image parfois trop transparente de l'endive pour la remettre au cœur de la consommation des français. Les producteurs ont souhaité mettre en avant les valeurs ajoutées du produit dont le consommateur n'a pas forcément conscience : l'endive est un produit sain, qui contribue au bien-être. A l'heure où les tendances de consommation s'orientent vers le « healthy food », la campagne arrive à point nommé.



**La 23^{ème} édition se tient
du 22 au 24 septembre à la Cité Nature d'Arras.**

Jeudi 22 septembre
cocktail d'inauguration à 18h00

vendredi 23 septembre
Symposium de 8h30 à 17h30
(programme détaillé sur demande)

Puis dîner de gala
à partir de 19 h30

Samedi 24 septembre
Showroom (entrée libre à la Station de 9h à 16h)

Un parti pris « bien-être » affiché

« *L'endive, mangez-la pour le bien qu'elle vous fait* » c'est cette base line qui fera son apparition dès le 10 octobre dans les spots TV et qui sera reprise sur l'ensemble des supports de communication (Presse et web). Une vraie rupture avec l'univers culinaire qui prédominait jusqu'à maintenant, pour miser davantage sur le volet santé et bien-être de l'endive.

Objectif ? Remettre l'endive au cœur de la consommation des français.

Avec cette dynamique désormais en marche, l'endive devrait retrouver des couleurs sur les étals des marchés et dans les rayons légumes frais de toutes les GMS de France.

Le plan de communication mis en place, associé aux moyens alloués à la R&D, doit permettre d'inverser la courbe pour viser une consommation au delà des 7 Kg, par an et par personne, d'ici la fin de la campagne 2016/2017.



“ Nous avons souhaité faire passer un message fort, et en rupture avec ce que nous avons l'habitude de faire. Le volet culinaire de l'endive, sur lequel nous nous sommes beaucoup appuyé, est mis de côté au profit de l'aspect « santé » du produit, indéniablement présent et peu valorisé jusqu'à maintenant. ”

Frédéric Le Vigoureux, DG de l'APEF



ASSOCIATION
DES PRODUCTEURS
D'ENDIVES DE FRANCE



Crédit photos : Sopexa - Jean-claude Amiel

Une filière dynamique qui va changer le regard des consommateurs sur l'endive

DOSSIER DE PRESSE
22 septembre 2016

L'APEF

une structure engagée

L'Association des Producteurs d'Endives de France est née en 2008, à la suite de la nouvelle Organisation Commune des Marchés (OCM) dans le secteur agricole.

Reconnue première AOP (Association d'Organisation de Producteurs) du secteur de l'endive, elle rassemble aujourd'hui 472 producteurs (regroupés en organisations professionnelles ou producteurs indépendants).

L'APEF est l'une des seules AOP qui regroupe la totalité des producteurs d'endives en France, dont 95% sont situés dans la région Hauts de France. Son siège est situé à Arras, dans le Pas de Calais, au plus près de la très grande majorité de ses adhérents.

Les décisions engageant l'action de l'APEF font l'objet de discussions collégiales, validées par un bureau de producteurs élus par les adhérents.

L'APEF est également membre de la GEFEL (Gouvernance Economique des Fruits et Légumes) et à ce titre représente la filière et les producteurs d'endives dans le cadre de réflexions globales plus larges sur des problématiques interprofessionnelles.

Les 3 grandes missions de l'APEF : **Rechercher, mesurer et promouvoir**

L'APEF engage la filière de production autour d'une stratégie commune de valorisation des produits par la qualité. L'association a pour mission principale de valoriser la production d'endive sur tout le territoire français.

Pour y parvenir, elle s'est fixée trois grands axes de travail :

- LA RECHERCHE ET DÉVELOPPEMENT

15 techniciens, chercheurs et ingénieurs travaillent en permanence au sein de la « station expérimentale » située à Arras, la seule structure en France entièrement dédiée à l'endive.

- LA CONNAISSANCE DE L'OFFRE ET DU MARCHÉ

Recensement des exploitations, surfaces cultivées, qualité de l'offre, moyens de production... L'association regroupant la totalité des producteurs d'endives en France, possède une vision exhaustive de l'offre et un état des lieux précis du marché.

- LA PROMOTION DE L'ENDIVE

C'est l'une des missions les plus importantes et impactantes financièrement. En 8 ans les campagnes de communication ont beaucoup évolué et celle de 2016 devrait s'inscrire comme la plus importante jamais portée par la profession.

Fiche d'identité APEF

Création
28 août 2008

Présidente
Catherine Decourcelle (depuis 2011)

Directeur Général
Frédéric Le Vigoureux

472 producteurs

Nombre de collaborateurs
20 dont 15 dédiés à la R&D

Budget
3,6 millions d'euros,
financés pour la très grande majorité
par les adhérents



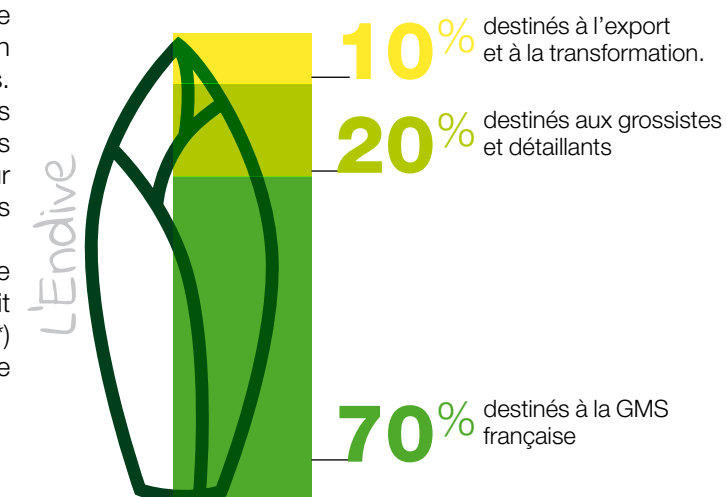
L'Endive

un marché qui tend vers la stabilité

Depuis 10 ans, l'endive subit une baisse significative de production (moins d'exploitations, changement de culture, etc). Alors que la « ferme endive », comme on l'appelle, cultivait plus de 10 000 hectares il y a dix ans, la production française avoisine aujourd'hui les 8 000 hectares. Le développement de nouvelles variétés a permis de maintenir les volumes malgré une baisse des surfaces et la France reste le premier producteur mondial avec environ 165 000 tonnes d'endives cultivées chaque année.

La consommation quant à elle, s'est stabilisée cette année (143 000 tonnes consommées soit environ l'équivalent de la campagne précédente*) et, fait positif, a même enregistré une hausse de 1,5% du nombre d'acheteurs*.

Un chiffre encourageant pour la filière, ainsi confortée dans son choix d'investissement pour soutenir la promotion de son produit.



Promotion de l'endive

la filière met les bouchées doubles

Premier producteur mondial d'endive, la France joue son rôle de leader pour dynamiser la filière. L'ensemble des producteurs français en a pris conscience et a décidé d'inscrire l'endive dans l'avenir. Un engagement notable qui se traduit par une hausse des cotisations pour financer un vaste plan de communication destiné à revaloriser l'image de l'endive.



“ Nous souhaitons investir davantage dans l'avenir et inciter les producteurs à cultiver l'endive.

Pour cela, il faut que la demande augmente. Il était nécessaire de reprendre la parole et de réinvestir pour changer l'image du produit.”

Catherine Decourcelle,
Présidente de L'APEF

A LA CONQUÊTE DES CONSOMMATEURS

L'objectif est tout autant de gagner de nouveaux consommateurs que de capitaliser sur les 76% qui consomment déjà de l'endive. Si aujourd'hui, la part de l'endive au rayon légumes frais est d'un peu plus de 6% environ, l'ambition de la filière est de tirer ce chiffre le plus haut possible.

Ainsi, pour réveiller le désir d'endive chez le consommateur, les producteurs ont décidé de financer le plus gros dispositif de communication jamais mis en place par la filière. Grâce à la volonté et l'effort collectif réalisé par tous, la campagne a pu se concrétiser et sera lancée dès le 10 octobre jusqu'en février 2017. C'est d'abord avec une forte présence en télévision que l'endive fera son apparition, accompagnée d'un relais en presse écrite et numérique pour amplifier la prise de parole auprès des consommateurs.

Pour compléter ce dispositif, les marques prendront le relais en magasin pour assurer une communication simultanée directement sur le lieu de vente.

* Source Kantar 2016 – Données marchés 2015/2016