



Lancement de campagne Saison hiver 2021-2022

INTERFEL

11 octobre 2021



Carottes de France: qui sommes nous?

Association de producteurs français de carottes destinées au marché du frais

Créée en 2009

Reconnue **AOP nationale** par les Pouvoirs Publics en 2010

Pilotée par un conseil d'administration présidé par l'OP Légumes **AGRIAL**, représentée par **Bernard GUILLARD**

Effectif salarié : 2 salariées
Soit 1,28 ETP

(en charge également à 30% AOPn Asperges de France)

170 000 T/an

pour le marché du frais



60%

de la production française de carottes pour le marché du frais

9 adhérents

représentant plus de 250 producteurs de carottes

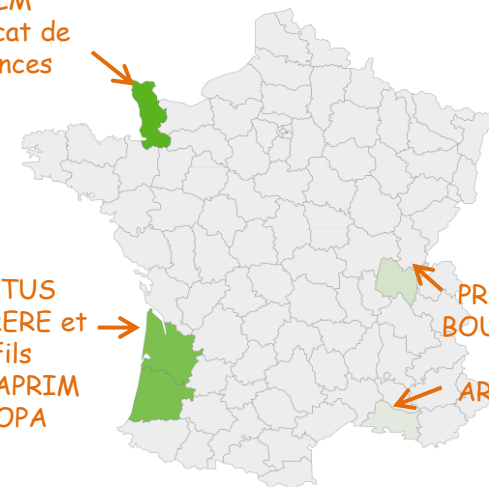


AGRIAL
GPLM
Syndicat de Créances

ALTUS
LARRÈRE et
fils
VITAPRIM
SOPA

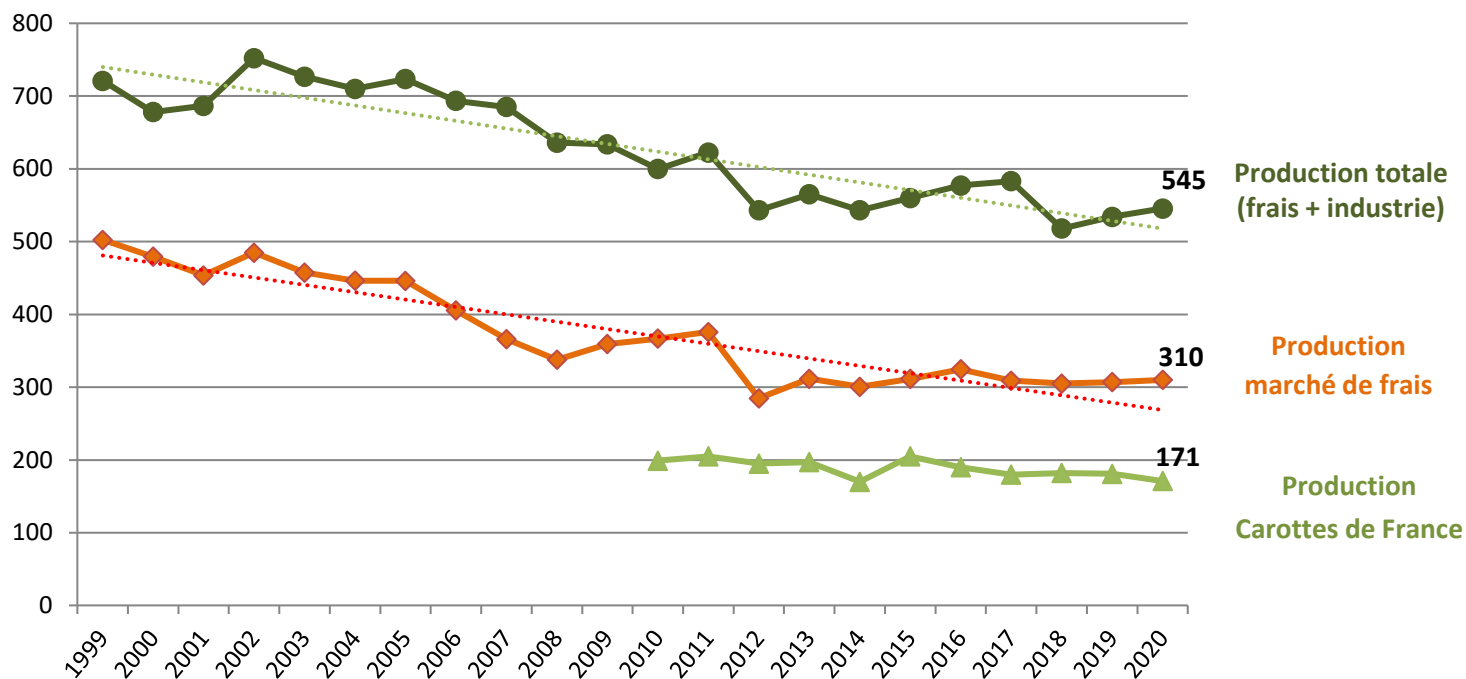
PRIMEALE
BOURGOGNE

ARTERRIS



La production de carottes françaises pour le marché du frais

Evolution de la production de carottes (en milliers de tonnes)



Prévisions pour la campagne Hiver 2021-2022

Surfaces mises en culture par les adhérents de Carottes de France

- Progression des surfaces vs N-1 (de l'ordre de +5%)
- 3 500 ha potentiels
- Répartition :
 - Aquitaine : 53%
 - Normandie : 40%
 - Grand Sud-Est : 7%



*Données
estimatives*

Conditions des semis de la campagne automne hiver 2021-2022



- Normandie : premiers semis au Mont St Michel fin mars. La Normandie a bénéficié de bonnes conditions dans l'ensemble, les carottes ayant été principalement semées de mi-mai à mi-juin donc avant les fortes pluies de fin juin et juillet. La pluie a ensuite provoqué de bonnes conditions de levées. Les pertes enregistrées concernent les terrains plus bas.
- Aquitaine : Conditions de semis difficiles. Les semis d'avril ont été corrects. Puis, les mois de mai, juin et début juillet ont été marqués par des excès d'eau. Quelques jours d'accalmie ont permis de semer sur ces mois. Les semis ont été décalés jusqu'à début août. Impacts semis : rendements fragilisés et attaques de nématodes.

Prévisions pour la campagne Hiver 2021-2022

Tonnages prévisionnels

- Premières estimations autour de 150 000T
- Volume global supérieur au réalisé de N-1 (130 000T)



Prévisions pour la campagne Hiver 2021-2022

Retour sur ce début de campagne

Juillet - Août : bonne pousse du produit avec quelques difficultés d'arrachage liées aux excès d'eau, rendements et calibres aléatoires avec dominance de petites carottes. Marché atone, platonique, inférieur à N-1 (-11% en volume).



Septembre : carotte en pleine production dans tous les bassins, les calibres grossissent, la qualité est bonne, le marché peine à démarrer même si on assiste progressivement à une rotation avec les légumes d'automne hiver. Les prix stagnent à des niveaux très bas.

- ⇒ **En synthèse, un début de campagne difficile avec un marché platonique et un produit qui manque de visibilité et valorisation en magasin.**
- ⇒ **Incertitudes quant à la gestion des adventices (préoccupation majeure de la filière) et aléas climatiques.**



Actions de communication

→ Mise en place d'une communication radio *ad hoc* en soutien à la consommation sur RTL



Quand : du 18 au 30 octobre 2021

Format : 10 secondes en sponsoring de chroniques sur RTL

Objectif : améliorer la visibilité du produit en magasin, marquer l'installation du produit sur les étales, dynamiser la consommation



→ Jeu concours Facebook et Instagram du 20 au 30 octobre 2021

Pour remporter des cours de cuisine autour de la carotte!



Actions de Communication

L'AOP Carottes de France reprend la parole sur les réseaux sociaux après un temps d'absence.

Communication toute l'année pour couvrir les 2 campagnes de production

Saison hiver

Saison primeur

Août	Sept	Oct	Nov	Déc	Janv	Fév	Mars	Avril	Mai	Juin	Juill.
------	------	-----	-----	-----	------	-----	------	-------	-----	------	--------

Une ligne éditoriale qui s'articule autour de 4 grandes thématiques



DÉCOUVRIR LA CAROTTE SOUS FORME LUDO-ÉDUCATIVE

Avec des posts mettant en avant les régions de production, la culture, et l'engagement des producteurs (création de banque d'images avec des shootings).



LES ATOUTS SANTÉ DES PRODUITS & RECETTES

Avec des posts funs et modernes.



PARTAGER DES RECETTES FACILES À RÉALISER CHEZ SOI

Avec des posts astuces, conseils, et recettes. (ré-exploiter des anciennes recettes et en créer des nouvelles en les intégrant au site internet pour créer du trafic)



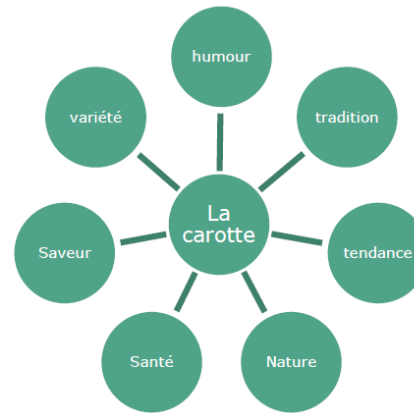
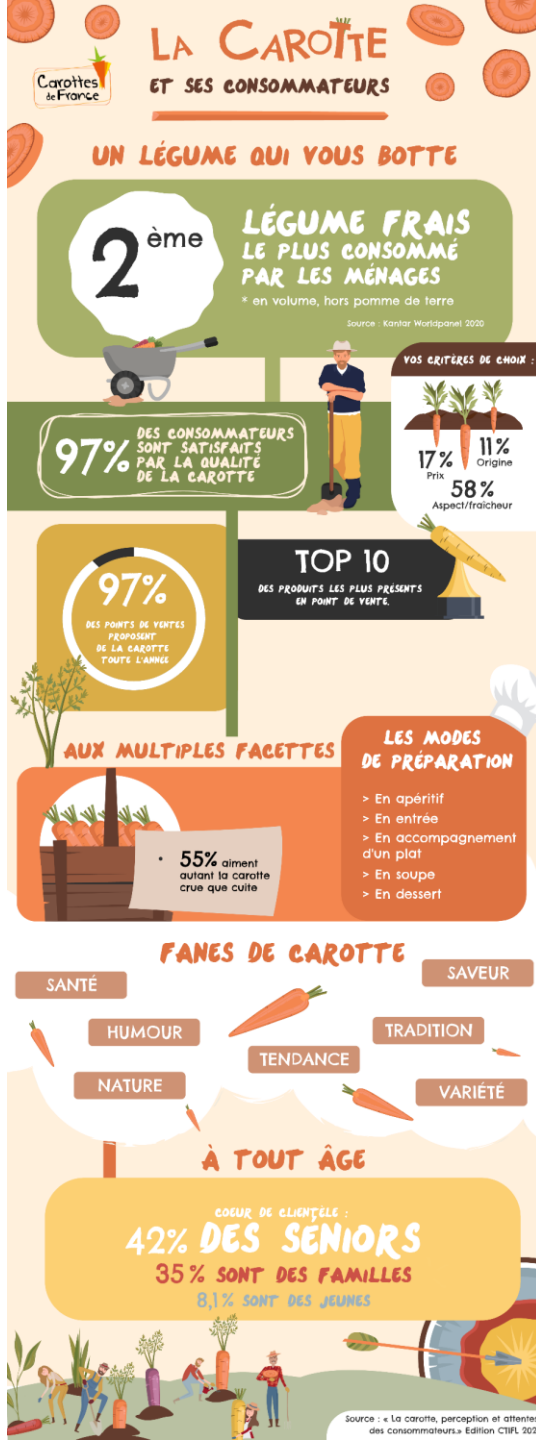
REDÉCOUVRIR LA CAROTTE AUTREMENT

Avec des posts variés en lien avec l'actu et la vie des consos



Etude consommateur CTIFL « Attente et perceptions du consommateur »

Etude 2020, édition 2021



- 2^{ème} légume le + consommé : la carotte bénéficie d'une excellente image
- Fait partie du quotidien des conso depuis toujours
- Multiples usages (crue, cuite et jus / apéro, entrée, plat, dessert + goûter, grignotage)
- Plat traditionnel, populaire, universel
- Devient tendance (influences étrangères, ex : carrot cake)

Carottes de France