

Séminaire 2023

14/15 Décembre 2022

La Rochelle

AG Extra Ordinaire 14 /12 /2022

Ordre du Jour :
Validation des statuts et RI

Puis dépôt des statuts validés en mairie lundi 19 /12

Puis CA : **AVANT le 15/ 1 /2023** : **CALER un CA : Date et Heure ? Visio ?**
→ Pour Valider le CDC et le PC associé

Envoi à l'INAO :

- récépissé mairie
- Avis de validation ODG

Nouveau Logo en 2023 → si le CDC est validé

Melón
du Haut
Poitou
CERTIFIÉ IGP

Melón
du Haut
Poitou BIO
CERTIFIÉ IGP

Melón
du Haut
Poitou
CERTIFIÉ IGP

Melón du
Haut-Poitou BIO
INDICATION GÉOGRAPHIQUE PROTÉGÉE



Melón du Haut- Poitou

CERTIFIÉ IGP



Infos et recettes :






Melón du Haut- Poitou

CERTIFIÉ IGP



Infos et recettes :





Le Haut-Poitou, un terroir d'exception

Les producteurs de melon du Haut-Poitou cultivent un terroir d'exception, suivant un cahier des charges strict avec des variétés rigoureusement sélectionnées.

Cette démarche sélective vous garantit un melon de qualité, sucré, juteux et aromatique.



Idées recettes



- En apéro : brochettes avec des billes de mozzarella et du jambon cru ou en gaspacho avec du gingembre ...
- En plat : poêlé, caramélisé à la plancha avec des tranches de foie gras ou du poisson blanc ...
- En dessert : en salade de fruits avec des framboises et de la menthe ou en tarte et en sorbets ...

Le Melon du Haut-Poitou, un atout santé et plaisir !

- Seulement 70 kcal / 200g
- Apport en magnésium, sodium et bêta-carotène
- Riche en fibres 1g/100g
- Gorgé d'eau à 88% et antioxydant
- 70% des besoins journaliers en Vitamines A et C
- 7,5% des besoins journaliers en vitamine B



Retrouvez d'autres recettes sur :
www.melón-hautpoitou.fr



IGP Melon du Haut-Poitou



melon_du_haut_poitou_igp

Prévisionnel 2022

2.1 Participation à des salons	10879,3
2.2 Dépenses de publicité	55134,22
TOTAL dépenses prévisionnelles	66013,52

Autofinancement	19804,06	19804,06
Région (25,9%)	17097,5	46209,46
Europe (44,10%)	29111,96	

Percu le 7 déc	35 291,35
Reste à percevoir	10 918,11

Dépenses Fixes		A recevoir	
Frais de structure	39 317		
Salaires net Camille	17 050		
Charges Sociales	10 204	Cotisations Adhérents	51 150
Frais déplacement	1 603	soldive	7 702
Location voiture	2 627		
Carburant	471		
Téléphonie (port & fixe internet)	440		
Location bureau	4 734		
frais bancaires	62		
Fournitures bureau+myconf	187		
Frais divers	150		
Cotisations GSI	93	FEADER 2021	46 884
Assurances	187	Feader 2022 avance de solde	
Abt revue LDF + Vegetable	1 510		
Indication Géographique Protégée	8 856	Animations en GMS	1 166
Suivi de l'IGP (Avicert)	5 798	Cotisation INAO	3 058
Communication collective INAO	3 058		
Qualité	6 122	Semenciers	16 560
Essais HP (3 plateformes)	4 992		
Salaire essais (3 plateformes)	1 130		
Promotion - Communication	73 404		
Lancement campagne	4 932		
Animations en GMS	3 885		
France TV+ Digivision	36 451		
Business France - Salon Madrid	4 297		
Frais annexes Salon Madrid	651		
Achat espace presse	4 215		
Séminaire	4 600		
Seminaire 2023	4 615	Rbst Seminaire 2023	3 952
Partenaire			
radio	2 318		
logo	1 680		
site + RS	5 760		
Autres	6 871		
Repas Académiciens+ seminaire + hotel	6 808	rbst hotel + vin +repas sem 22	3 453
Divers	63		
TOTAL Dépenses	134 570	TOTAL à Recevoir	133 924
Resultat	-645,48		

Trésor fin 2022

Recettes	nov-22	déc-22
Cotisations Producteurs		
Semenciers		
Subvention SIQO	0	
rbst seminaire	0	3 800
Total recettes HT	0	3 800
TVA 20 reçue par facture	0	760
TVA 5,5 reçue par facture	0	0
TVA 2,1 reçue par facture	0	0
Total recettes TTC	0	4 560
Dépenses	nov-22	déc-22
Loyer		2 000
Fournitures bureau		
SFR box, fixe et portable		40
Madrid Fatt		
Salaires brut		2 155
Charges sociales + 4eme trim		3 090
Frais déplacements		
RS		395
Frais bancaire / autres		
Essais HP (presta + MO)		
Avicert		2 900
Seminaire 2023		5 000
comm'		440
Autres (20%)		
Autres (5,5%)		
Autres (2,1%)		
Total dépenses HT	0	16 020
TVA 20 payée par facture	0	3 204
TVA 5,5 payée par facture	0	0
TVA 2,1 payée par facture	0	0
Total dépenses TTC	0	19 224
Solde Mensuel	0	-14 664
Solde Cumulé	34 380	19 716
Solde au 6/12	34380,2	

2.1 Participation à des salons	10879,3
2.2 Dépenses de publicité	55134,22
TOTAL dépenses prévisionnelles	66013,52

Autofinancement	19804,06	19804,06
Région (25,9%)	17097,5	46209,46
Europe (44,10%)	29111,96	

Percu le 7 déc	35 291,35
Reste à percevoir	10 918,11

Prévisionnel 2023

- Salon 7000 €
- Insertions magazines 4215 €
- Site + RS 5770 €

39 000 € disponibles pour la communication

- Goodies
- Banderoles
- LC
- RP
- Animations commerciales
- TV ?
- Radio ?

Dépenses Fixes		A recevoir	
Frais de structure	44586		
Salaires nets Camille	20400		
Charges Sociales	10800	Cotisations Adhérents	51 000
Frais déplacement	1500		
Location voiture	3000		
Carburant	1100		
Téléphonie (port & fixe internet)	500	FEADER 2022	
Location bureau	4800		46 000
frais bancaires	90		
Fournitures bureau+myconf	400		
Frais divers	0		
Cotisations GSI	100	remboursement Abt Adhérent	330
Abt revue LDF + Vegetable+ reussir	1896		
Indication Géographique Protégée	8557	Animations en GMS	
Suivi de l'IGP (Avicert)	5500		
Communication collective INAO	3057	Cotisation INAO	3 057
Qualité	7000	Semenciers	16 000
Essais HP (3 plateformes)	5500		
Salaires essais (3 plateformes)	1500		
Promotion - Communication	16 985		
Frais annexes Salon Madrid	1 000		
Business France - Salon Madrid	6 000		
Achat espace presse	4 215		
site + RS	5 770		
France TV+ Digivision			
Lancement campagne + rollup+invi			
comm goodies	reste 39 000€		
Radio	en		
Animations en GMS	autofinancem		
Communication diverse	ent		
Autres			
Repas Académiciens			
Divers			
TOTAL Dépenses	77 128	TOTAL à Recevoir	116 387
Resultat	39 259		

① → Volume 4000^T en 2022

② Plus value + 0,20€

③ ^{OK} _{acquis} Communication interne / externe

④ Simplifier le colisage ↗

⑤ Structuration de la force commerciale

⑥ Règles répartition des clients HP

② Label Rouge Potentiel

Référent du pôle : Hugo

Rôle : Date des réunions

Ordre du jour

Organisation des visis

Fréquences : 2 réunions aut saison
+ 1 point pendant la saison

engagements individuels : présence de chacun.

1ère réunion le 03/03 à 16h00
2ème réunion le 05/05 à 16h00

Commerce : Julien, Carole, Magaly, Marie
Laure, Gilles, Baptiste, Christian (François ?)

Pole Commercial 2022

Pour augmenter les volumes vendus en Haut Poitou :

1. Etablir et faire respecter des règles de répartition des clients du Haut Poitou.
2. Vérifier le potentiel commercial du label rouge.

Pole Commercial 2023

Commerce : Julien, Carole, Magaly, Marie
Laurent, Gilles, Baptiste, Christian (François ?)

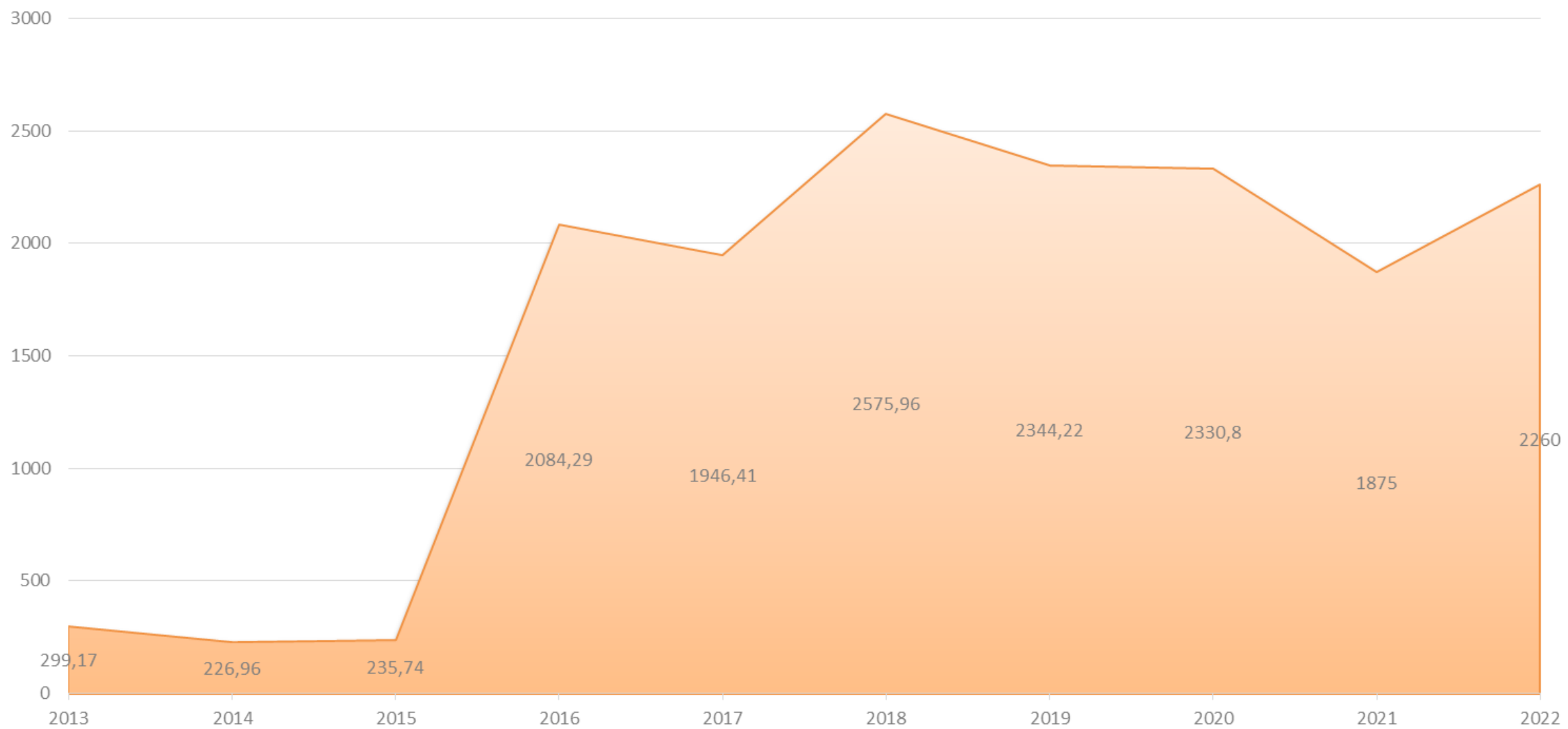
- En premier : connaître la position de chaque structure sur le développement éventuel du Haut Poitou.
- Puis travailler sur :
- politique de répartition plus d'actualité surtout chez les grossistes
- ouvrir plus chez les grossistes !

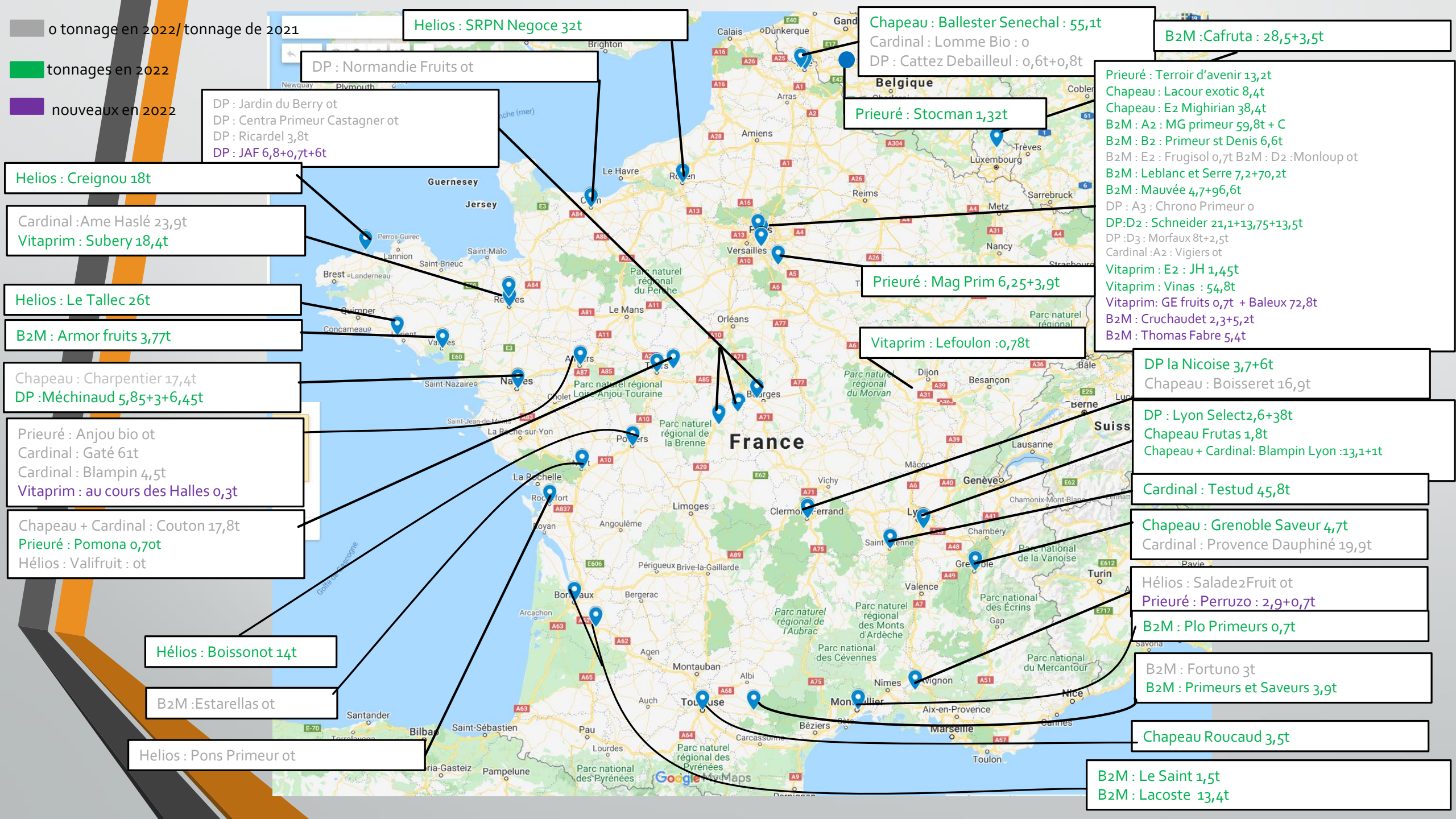
→ l'important c'est le tarif qui doit rester uniforme.

- Faire un point des remontées de chiffres tous les 15 jours par exemple → voir comment évoluent les ventes et de ne pas être surpris en fin de saison...

Ces informations permettraient aux commerciaux de développer ou de découvrir de nouveaux clients potentiels et de positionner les nouveaux du HP

Volume (tonne) total Haut Poitou





o tonnage en 2022/tonnage de 2021

■ tonnages en 2022

■ nouveaux en 2022

Helios : SRPN Negoce 32t

Chapeau : Ballester Senechal : 55,1t
Cardinal : Lomme Bio : 0

B2M : Cafruta : 28,5+3,5t

DP : Normandie Fruits ot

Belgique
Prieuré : Stocman 1,32t

DP : Jardin du Berry ot
DP : Centra Primeur Castagner ot
DP : Ricardel 3,8t
DP : JAF 6,8+0,7t+6t

Prieuré : Terroir d'avenir 13,2t
Chapeau : Lacour exotique 8,4t
Chapeau : E2 Mighirian 58,4t
B2M : A2 : MG primeur 59,8t + C
B2M : B2 : Primeur st Denis 6,6t
B2M : E2 : Frugisol 0,7t B2M : D2 : Monloup ot
B2M : Leblanc et Serre 7,2+70,2t
B2M : Mauvée 4,7+96,6t
DP : A3 : Chrono Primeur o
DP : D2 : Schneider 21,1+13,75+13,5t
DP : D3 : Morfaux 8t+2,5t
Cardinal : A2 : Jigiers ot
Vitaprim : E2 : JH 1,45t
Vitaprim : Vinas : 54,8t
Vitaprim : GE fruits 0,7t + Baleux 72,8t
B2M : Cruchaudet 2,3+5,2t
B2M : Thomas Fabre 5,4t

Helios : Creignou 18t

Cardinal : Ame Haslé 23,9t
Vitaprim : Subery 18,4t

Helios : Le Tallec 26t

B2M : Armor fruits 3,77t

Chapeau : Charpentier 17,4t
DP : Méchinaud 5,85+3+6,45t

Prieuré : Anjou bio ot
Cardinal : Gaté 61t
Cardinal : Blampin 4,5t
Vitaprim : au cours des Halles 0,3t

Chapeau + Cardinal : Couton 17,8t
Prieuré : Pomona 0,70t
Hélios : Valifruit : ot

Prieuré : Mag Prim 6,25+3,9t

Vitaprim : Lefoulon : 0,78t

DP la Nicoise 3,7+6t
Chapeau : Boisseret 16,9t

DP : Lyon Select 2,6+38t
Chapeau Frutas 1,8t
Chapeau + Cardinal : Blampin Lyon : 13,1+1t

Cardinal : Testud 45,8t

Chapeau : Grenoble Saveur 4,7t
Cardinal : Provence Dauphiné 19,9t

Hélios : Salade 2Fruit ot
Prieuré : Perruzo : 2,9+0,7t

B2M : Plo Primeurs 0,7t

B2M : Fortuno 3t
B2M : Primeurs et Saveurs 3,9t

Hélios : Boissonot 14t

B2M : Estarellas ot

Chapeau Roucaud 3,5t

Helios : Pons Primeur ot

B2M : Le Saint 1,5t
B2M : Lacoste 13,4t

Bureau	Client	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Somme Tonnage	
B2M Cardinal	Cledor						1,3					1	
	COUTON					1,6	3,5					5	
	Estartellas							6				6	
	FIRST CHOICE PRODUCE			1,5								2	
	FORTUNO					6,2	6,2	10,1				23	
	LACOSTE		1,4			3,1	3,1	0,6				8	
	LEBLANC ET SERRE					0,9						1	
	Lomme primeur							1,2				1	
	MAUVEE							1,9				2	
	MECHINAUD		0,9			1,2	0,9					3	
	MG PRIMEUR					3	38,8	69,8				112	
	MORA FRERES		1,2			0,8						2	
	MULTIFRUIITS						0,7					1	
	PLO PRIMEUR			6,6		3,8	4,9	4,1					19
	PRIMEUR ET SAVEUR			5	1,6		3,4	1,4					11
	primeur saint denis						3,4	6,4	13				23
SAINT FRUITS						3,1						3	

Rien depuis 3 ans ou +
 Peu de Volumes 2022
 Rien en 2022
 Nouveau 2022

Client	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Somme Tonnage
ARMOR FRUITS							0,8	11,9	4,08	3,77	21
Baleux Rungis				5,8							6
Billing/Chez Rocca Rungis				0,5							1
CAFRUTA	4,9	18,3	8,7	7,2	14,2	6,5	1,6	28,1	18,92	32,01	140
Couvreux				0,7							
Cruchaudet B2										7,47	7
Estartellas								1			1
FIRST CHOICE			3,9	7,8							12
FOISSIER									1,35		
FORTUNO					1,9	3,3	9	4,6	3,18		22
FRUCTIRENNES	4,5										5
Frugisol								0,9	0,77		2
La Sapam							7,4				7
LACOSTE	13,9	18,1	0,8	71	28,6	23,6	2,3	27,9	22,2	13,41	222
Leblanc et Serre C2								56,2	57,43	77,38	191
Le Saint									2,96	1,48	4
Lomme Primeurs							0,8				1
Manu primeurs Biarritz					0,3						0
MAUVEE D3	8,2		0,7				7	32,1	21,72	101,29	171
MECHINAUD	4,1				0,4	16,3	3,6				24
MG PRIMEUR A2					5,1	14,6	1,7	121	65,09	54,64	262
MORA FRERES	4,4	9,9			6						20
MULTIFRUIITS						2,4			7,19		10
PLO PRIMEUR	6,6	16,1	6,3		18,9		27,7	15,7	5	0,71	97
PRIMEUR ET SAVEUR	12,3	16,2	10,2	11,4	47,3	11,3	23,6	9,1	5,76	3,86	151
primeur saint denis B2						38,7	48,7	60,8	20,4	6,58	175
Saint Fruit								20,8	5,78		27
SELECTION PAPILLON		1									1
Soudry							6,1				6
Thomas Fabre										5,39	5

B2M

Bureau	Client	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Somme Tonnage
Cardinal	AME HASLE								40,6	23,87		64
	BLAMPIN								4,1	4,5	14,14	23
	COUTON								4,2	10,54		15
	FRUTAS BIO								8,5			9
	GATE								7,3	61,1		68
	LOMME BIO								11,7			12
	JH								3,5			4
	Provence Dauphine								3,6	19,89		23
	Testud								16,7	34,35	45,82	97
	VIGIERS								42,8			43
Délice Thouet	SUBERY	38	18,4	18,3	59	56,1	77,5					267
Prieuré Dive	ANJOUR BIO								1,6			2
	BANABEL	6,5	3,4				0,8					11
	besson				1,6		7,5					9
	Charraire						0,9					1
	Cledor la provence B2	0,8										1
	Colom						20,1					20
	Mag Prim					31,8	37,5	36,6	21,5	26,3	10,17	164
	NATURALIA								58,5	24,2		83
	PALMERS FRUITS	0,8										1
	PERRUZO										3,63	4
	POMONA										0,69	1
	Richou							0,5				1
	STOCMAN										1,32	1
TERROIR D'AVENIR				3,6	4,8	5,4	11,2	9	7,31	13,15	54	

Rien depuis 3 ans ou +

Peu de Volumes 2022

Rien en 2022

Nouveau 2022

	Client	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Somme Tonnage	
Direct Production	AME HASLE								5,2			5	
	BLANC Michel					0,7	0,9					2	
	Cattez Debailleul				7,5	6	4,9	1,4	1,9	1,35		23	
	Central Primeurs Castagner et								1,1			1	
	CHANTAL PRIMEURS	3,05	4,3	13,6	13,8	6,7	4,4	1,3				47	
	CHRONO PRIMEURS A3								25,5			26	
	DROULLIN JEAN LUC	0,9			1,3		0,05						2
	Ed la Courneuve												0
	Jeanningros	3,5	1,6	0,8									6
	LAGACHE PIERRE	0,9											1
	LA NICOISE								2,3	28,4	6,02	9,74	46
	JAF											13,49	13
	LE JARDIN DU BERRY									7,3			7
	LEBLANC & SERRE									0,8			1
	LYON SELECT									44,8	40,84	40,58	126
	MECHINAUD	3,6	0,8	1,5	8,8	6,4	8,6	14,7	9,7	5,58	15,29		75
	MORFAUX D3	1,7	3,8	3,8	5,5	8,7	5,2	29	26,3	10,51			95
	NORMANDIE FRUITS	0,9					2,6		2	7,9			13
	Profex	0,5											1
	Primouest Impex	11,03		1,3									12
PIERRE MONTARNAL				15		1,5						17	
RO DA PRIM	1,7											2	
RICARDEL									4,6	3,8		8	
SCHNEIDER	15,9	5,7	25,1	44	42,8	26,1	43	58,2	17,07	48,31		326	
Union Des Coop. D'alsace	4,2											4	

Rien depuis 3 ans ou +

Peu de Volumes 2022

Rien en 2022

Nouveau 2022

	Client	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Somme Tonnage	
Helios Plant	BOISSONOT								7,5	1,37	14	23	
	CRAIGNOU					20,4	23,8	7,2	4,7	6,91	18	81	
	Ets LE TALLEC							42,2	36,3	42,55	26	147	
	PONS PRIMEUR								1,8			2	
	SALADE 2 FRUITS								4,9			5	
	SRPM NEGOCE								32,8	32,1	32,94	32	130
	VALIFRUIT								2,8			3	

Bureau	Client	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	Somme Tonnage
Le Chapeau	BALLESTER SÉNÉCHAL							20,8	12,3	23,75	55,07	112
	Blampin Lyon					6,7				17,92	0,96	26
	BOISSERET				16,2	9,4	3,1	19,5	26,9	16,97		92
	CHANTAL PRIMEURS				1							1
	CHARPENTIER					16	9	14	9,6	17,45		66
	CHRONO PRIMEURS					0,8						1
	COUTON							5,5	4	7,36		17
	DESMETRES ET FILS					5,2						5
	EJS				0,08	0,8						1
	FAVAREL					1,8						2
	FRUTAS		3,2	24,32	8,7	6,5		27,4	48,3	9,71	1,84	130
	GRENOBLE SAVEURS ET FRAICHEUR							10,3	10,9	11,87	4,73	38
	HELIOS											0
	JARDIN DE France	6,9										7
	LA PROVENCALE			2,6	0,9	0,8	20					24
	Lacour exotic C2								18,2	47,36	8,42	74
	LAGADEC				0,6							1
	LECLERC				1							1
	MECHINAUD				8,4							8
	METRO							5,8				6
	MIGHIRIAN E2			0,84		15,2	38,6	50,37	48,7	30,51	38,38	223
	MS PRIMEURS		2									2
	PARIS SELECT	4,224										4
	RINGOOT					1	3,2					4
	Roucaud Marche							40,8	29,1	11,97	3,53	85
	Saint Fruit									0,71		1
	SCHNEIDER D2							1,4				1
SELECTION IMPORT		0,5									1	
Val de Sérigny	CANAVESE		5,8	3,5								9
	MORFAUX							2,9				3
	PIEDOR			1,1								1
	POMONA								3,61			4
	SCHNEIDER							0,7				1
	SUBERY							34,3	7,7			42
Clos Rabelais	AU COURS DES HALLES										0,31	0
	ETS Baleux										72,80	73
	GE FRUITS										0,73	1
	JH E2										1,45	1
	LEFOULON								1,68	1,99		4
	LES PTITES SAVEURS								16,8	6,88		24
	SUBERY								1,01	18,4		19
VINAS C2								0,67	54,79		55	

Rien depuis 3 ans ou +

Peu de Volumes 2022

Rien en 2022

Nouveau 2022

Rungis Conventiionnel

Chapeau B2M Vitaprim	Mighirian Frugisol JH	E2	E3		
DP B2M	Schneider Monloup	D2	D3	Morfaux	DP
B2M Chapeau vitaprim	Leblanc & Serre Lacour VINAS	C2	C3		
B2M Vitaprim B2M	Primeur st denis Baleux Cruchaudet	B2	B3		
B2M Cardinal B2M	MG Primeur Vigiers Thomas Fabre	A2	A3	Chrono Primeur	DP

Rungis BIO

Cardinal	JH	E2	E3	L'Rbio	Clos
Cardinal	G.Rungis	D2	D3		
		C2	C3		
		B2	B3		
		A2	A3		

<https://www.rungisinternational.com/wp-content/uploads/2017/02/Annuaire-Book-de-Rungis.pdf>

BV	Client	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	somme vol vendus
B2M	SCA OUEST		12,5	3,1	0,8							16,4
	Scapest			0,45								0,45
	Socamaïne			0,3	18	7	0,7	2,5	0,3		0,1	28,9
	Carrefour				285	383,8	616,2	756	398,1	274	175,3	2888,39
	Scachap					1,6	1,8					3,4
	Monoprix						3,1		2,8			5,9
	Sca Normande							39,9	22,7			62,6
	Match										1,31	1,31
Cardinal	CSD			16	11,3	10,2	11,7	14,8	4,3	1,4		69,7
									40,6			40,6
	Carrefour								41,4	135,1	156,6	333,07
	Prauvence Dauphiné							8,1	19,9			28
Direct Production	Monoprix		8,23	4,6	37,2	30,5	46	63,7				190,23
	Leclerc			9,4	2,4							11,8
								2				2
	auchan		0,48									0,48
Hélios Plant												0
	Scapest		14,1	15,2	17,5	56,5	53,1	21,3	13,1	7,27	13	211,07
	Scarmor							3,2				3,2
	Auchan							13,1	4,12			17,22
Prieuré Dive	Leclerc		5,3	1,9		2						9,2
	Monoprix		22,3	3	155,3	99,1	170,7	191,6	189,5	116	132,8	1080,28
	Système U est			11	28	131,1	97,2	3,8	36,4	5,01		312,51
	Carrefour				342	152		240,1	125,3	224	538,7	1622,09
	Scafruit								2,9			2,9
	Casino										0,54	0,54
	Naturalia BIO							58,52				58,52

BV	Client	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	somme vol vendus
Val de Sérigny	Scachap		0,7	14,4	116	124,1	135,8	117,7	54,2	7,6		570,5
	Carrefour				8,7			10,6	57,3	68,44	67,05	212,09
	Sca ouest								5,2	80,75	45,39	131,34
	Sca Bourges/louviers								1,7			1,7
	Monoprix					67,8			12,6	13,07		93,47
Le Chapeau	Leclerc		0,66						14,8	7,52	15,78	38,76
	Auchan							38,2	49,6			87,8
	Super U		0,02					3,4	11,6	5,75		20,77
	Casino				27,4	5,9		1,2				34,5
	CSD				2,1	7,5	9,1	2,7				21,4
	Leclerc				4,5	2,5	12,5	55,1				74,6
	Monoprix				18,5							18,5
	Intermarché							21,2				21,2
	Scachap				13,3							13,3
	Scofel				1,1					38,21		39,31
	Sca fruits							0,5			1,45	1,95
	Grand Frais									1,1		1,1
	Sca landes							0,8	11			11,8
Clos Rabelais	Auchan									2,21		2,21
	Système U Ouest									4,03		4,03
	Leclerc									4,32	1,99	6,31
	Match										22,17	22,17
	Monoprix									3,36		3,36
	Sca Normande										1,99	1,99

Logo unique IGP Melon du H¹ POITOU
 φ'ΠΔΠ "PREMIUM"
 Slogan
 S'appuyer sur des rites touristiques (Château de laire, futurscope...)

SUPPORTS

- QR Code, emballages et autres
- Kakemonos, flamma, flyers, affiches
- Magasins à proximité médium
- RS → planning, jeux concours... influenceurs

EVENEMENTIEL

- ③ 30 ans
- Semaine du H¹ Poitou IGP
- ① Animations magasin → OK

PARTENARIATS

- Ecole Robuchon & autres
- Jambon de Bayonne
- Com. croisée

Pole Communication

En 2022

- Site
- Radio
- Spot TV
- RS
- LC
- Partenariat jambon
- Animation commerciales
- Salon Madrid
- Logo
- Flyers et Affiches

Communication : Anne-Claire, Camille, Michel, Agnès

Simplifier la communication pour être plus lisible et visible : création d'un logo unique (arrêt Melon de maître et Premium)

Continuer les animations dans les magasins pour mettre en avant l'IGP et ajouter des affiches et flyers en magasins.

Décliner cette communication au 30 ans Syndicat et réfléchir à un partenariat avec un produit complémentaire (Jambon de Bayonne, Vin de Sancerre ?)

Pole Communication 2023

Communication : Anne-Claire, Camille, Michel, Agnès

En 2022

- Site
- Radio
- Spot TV
- RS
- LC
- Partenariat jambon
- Animation commerciales
- Salon Madrid
- Logo
- Flyers et Affiches

En 2023

- Site
- RS
- Salon Madrid
- Nouvel encart Végétale / FLD
- = 17000 €

- Reste 39 000€ pour :
- **RP LC 25 ans IGP**
- Goodies
- Banderole
- Animation commerciales

Pole Emballage

2022

Stock fait

Etiquettes IFCO validées

Stock étiquettes / rubans prolongé

Statuer au plus vite sur le devenir des sticks et rubans plastiques (en demandant une dérogation pour 2022 ou un délai supplémentaire). Anticiper la création de sticks et rubans biodégradables.

Faire un état des lieux des emballages n-1 en stock chez les producteurs et fournisseurs puis décliner la nouvelle communication sur les emballages lorsque les anciens stocks seront terminés.

OK - Ruban stick Plastique?
↳ Report : alerte politique.
↳ passage bio dégradable

OK - Colis HP unique / Stick ou Ruban?

↳ décision avec commerce communication

↳ GMS IFCO noir?

03/02 -> Mise à jour des stocks Fichiers Partage

- segmentation avec colis 40x30 HP bois carton?

- Gravure laser (voir évolution)?

Reunion Tel 09/02 Retour Stock

Valable Hse envoi

Pole Emballage 2023

Répartition des emballages restants Premium et Melon de Maitre

ETAT DES STOCKS Structures et Fournisseurs

Faire BAT des nouveaux emballages,
plateaux
Sticks
rubans
Et bio avec le nouveau logo

Une gamme label rouge ??

Propositions plateaux

Melón du
Haut-Poitou **BIO**

INDICATION GÉOGRAPHIQUE PROTÉGÉE



Melón du Haut-Poitou

INDICATION GÉOGRAPHIQUE PROTÉGÉE



Melón du Haut-Poitou

INDICATION GÉOGRAPHIQUE PROTÉGÉE



Propositions de sticks



	stick premium				ruban vert premium				colis vert	colis orange
	11	12q	12l	15l	11	12q	12l	15l		
Noisetiers									1072	
prieure de la dive									1200	
soladel	0	0	150000	50000	142500	94900	151000	0	0	0
cardinal									624	
gourmandise	14000	24000	106000	30000	133500	286500	156000	0	419	
val de serigny		70000	30000		40000	80000	250000		500	
le chapeau	11000	27000	104000	22000	7000	8000	23000	3000		460
Heliosplant					68750	33750	75000			
Clos rabelais	1000	2000		1000	35000	12500	40000	5000	62	
guilbault									12500	5544
sib									4158	5544

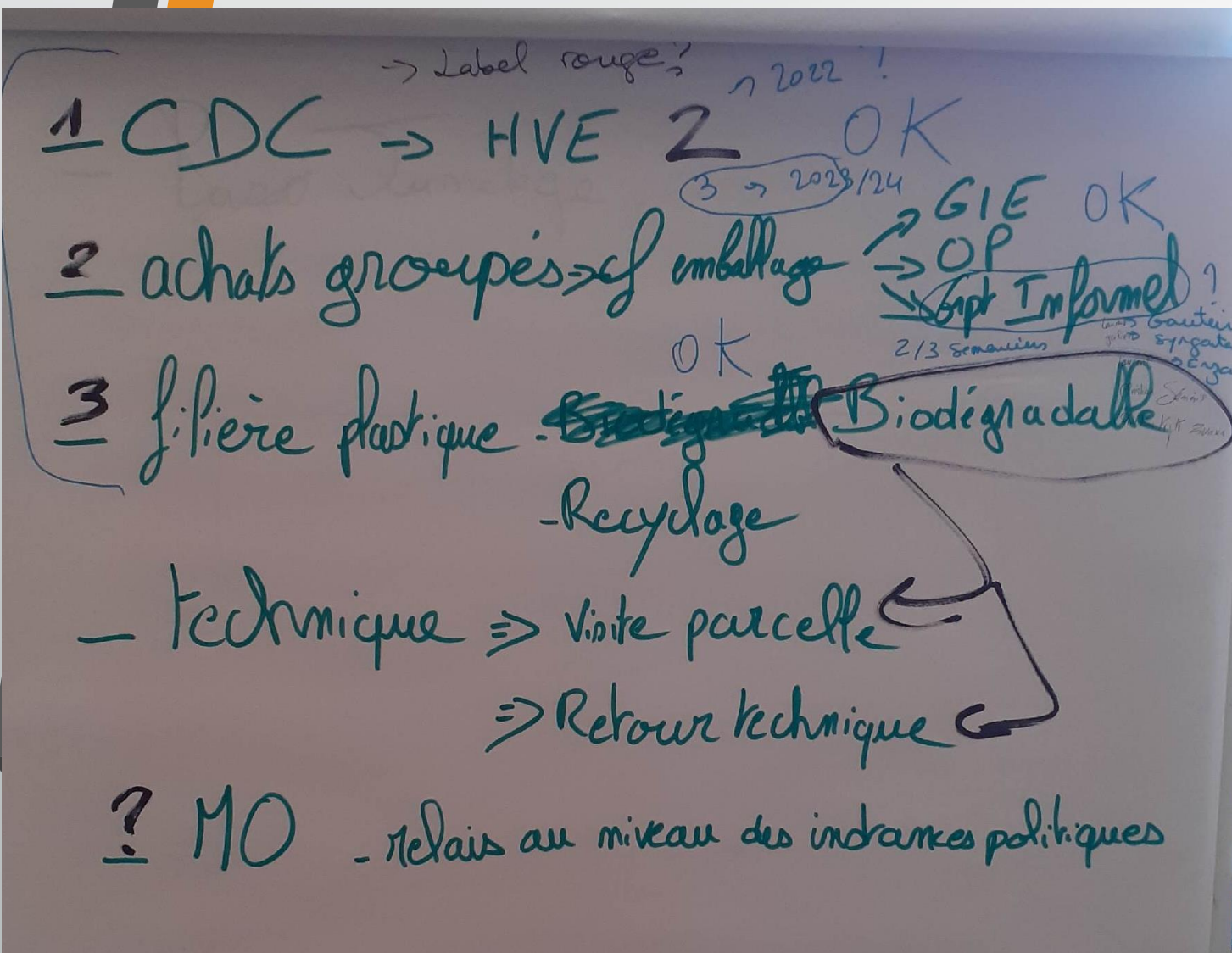
	haut poitou maitre		haut poitou bio			autres Marques que HP	
	colis rouge	stick	colis 40/30	colis	stick	Sticks	Bandeaux
Noisetiers	825						
prieure de la dive				900			
soladel	0	0		624	25000	959200	364300
cardinal				1504		7cartons	7 cartons
gourmandise	24	21000	880	234	76000		
val de serigny	500	130000					
le chapeau							
Heliosplant							
Clos rabelais	16	1000					
guilbault	18			11088			
sib	0		6600	7916			

	Alvéoles Noires					
	15Q	15L	12L	12Q	11	9
Noisetiers		1235	9880	7904	7410	
prieure de la dive						
soladel	0	0	4940	0	2470	0
cardinal			4940		9880	4940
gourmandise	95	1140	2280	6080	3800	3230
val de serigny		4000	122000	4800	4800	
le chapeau	24700	9880	29640		39520	
Heliosplant						
Clos rabelais		2970	3410	660		

Pole Production

2022

Production : Laurent, Tony, Guillaume_



Travailler sur et valider un cahier des charges en y incluant les normes environnementales HVE. Objectif : tous les producteurs vendant IIGP : HVE 2 en 2022, et HVE 3 en 2023

Etudier le cahier des charges label rouge pour voir la faisabilité technique d'obtenir ce label.

Réaliser des achats groupés sur les semences (3 semenciers cette année de manière informelle). Si l'expérience réussit, envisager d'aller plus loin ensuite via la création d'un groupement d'achat.

Continuer d'avancer sur le dossier plastiques / recyclage / irrigation

Pole Production 2023

Production : Laurent, Tony, Guillaume_

- Finalisation du Cahier des charges
- Label Rouge
- Essais avec Semenciers : définir une même tarification pour les essais chez tous les producteurs
- Plan Abeilles : Démarche auprès des députés
- Achat groupé de graines : a redéfinir
Exemple pour une commande de 10 000 graines d'OCITO :
9000 graines Facturées + 1000 offertes

OCITO est de 197,80€/mille. En offrant 10% nous retombons à 178€/mille.
- Visite techniques d'essais à mettre en place en saison
- Plastique et Recyclage : rester vigilants avec Adivalor
- DDT mise à jour des données rendements par département
- Irrigation : voir dérogations et intervenants pour le Haut-Poitou

		Rendement moyen en T/ha sortie calibreuse					moyennes
Dpt		2018	2019	2020	2021	2022	
86	Noisetiers	26,5	25	17,8	13,2	20,9	20,7
	cardinal	25	22	18	10	17	18,4
	gourmandise	20,63	18,78	18,54	12,27	18,69	17,8
	val de serigny	22,65	21,24	18,02	12,43	20,44	19,0
	le chapeau	20	17	18	10	15	16,0
	Heliosplant	18	16,5	15	12	16	15,5
	Richard	18	21	20	13	17	17,8
	Sebastien	15	28	24	21	21,5	21,9
49	Arnaud	24	22	19	18	25	21,6
	prieure de la dive	26,7	22,2	18	16	21	20,8
37	Clos rabelais	20	20	18	12,9	20	18,2
	soladel	22,7	17,9	18,3	12,9	19	18,2

Moyenne des moyennes 18,8

LABELS

Etude Kantar 2021-2022

% de foyers qui connaissent les logos / mentions



LES INCONTOURNABLES :

- Label Rouge 96%
- Agriculture Biologique 95%
- Viande française 89%
- Saveur de l'année 88%
- Elu produit de l'année 83%
- Made in France Fabriqué en France 81%



LES CONNUS :

- Origine France Garantie 66%
- AOP 59%
- Médaille Concours général Agricole 56%
- AOC 52%
- Ecolabel 45%
- Fair Trade Max Havelaar 42%
- IGP 41%
- Cosmebio 35%



LES NICHES :

- Bleu Blanc Cœur 30%
- Ecocert 21%
- Sans Gluten AFDIAG 20%
- Vergers écoresponsables 12%
- Agriculture raisonnée 11%
- Label Vegan 9%
- Non testé sur les animaux/ Cruelty Free 8%

De manière générale, une affectation des caractéristiques de la part des consommateurs assez cohérente avec la proposition de chaque label. Même si l'on est assez loin des 100% des connaisseurs qui affectent la (les) bonnes caractéristiques!



Les labels/mentions inspirent de moins en moins confiance et perdent en valeur ajoutée

Moyenne sur tous les labels/mentions - %connaisseurs



29%

en moyenne se sentent rassurés sur la qualité d'un produit grâce à la présence d'un label qu'ils connaissent

Moins d'un quart

des connaisseurs d'un label ont totalement confiance en celui-ci

Moins d'un tiers

des connaisseurs d'un label le trouve clair et compréhensible

Une progression notable pour les labels et mentions éthiques et éco-responsables

Notoriété labels
% foyers



Vision du VDS sur Label Rouge

- Bonne idée si porté par tous les membres du groupe Haut Poitou
- Et si on peut apposer le logo LR sur colis haut Poitou et aussi sur colis propres à chaque entreprise, au choix
- LR est le label le plus connu des consommateurs → donne une certaine crédibilité car les gens connaissent bien ce label
- Etude Kantar montre que la confiance des consommateurs envers les labels baisse
- Pour les consommateurs : Label = + cher et non Label = + de qualité
- Le problème du pouvoir d'achat se pose, pourquoi acheter un produit labellisé si le standard moins cher est aussi bon à côté, donc à quoi sert le label ?
- LR et IGP , pas le même créneau de vente.
- Avant IGP était déclencheur d'achat, maintenant c'est le LR.

Donc LR , oui un intérêt pour relancer l'IGP

- Les logos sont visibles sur les colis mais colis – visibles en magasins. Faire de la communication sur le LR différemment → sticks et rubans restent sur melons en magasins
- Attention à la contrainte des contrôles en saison, aux contrôle par le producteur ou contrôle externe ? Par qui ?