



**1ÈRES ASSISES RÉGIONALES
POUR LE DÉVELOPPEMENT
DES FILIÈRES ET DES
MARCHÉS ALIMENTAIRES
DANS LA RÉGION GRAND EST**

**Augmentons la part de marché des
produits régionaux !**

Grand Est
ALSACE CHAMPAGNE-ARDENNE LORRAINE


**AGRICULTURES
& TERRITOIRES**
CHAMBRE D'AGRICULTURE
GRAND EST

**JEUDI
2 FÉVRIER
2017**

À LA MAISON DE LA RÉGION
1 place Adrien Zeller
STRASBOURG

Rencontre de
la filière
fruits et
légumes



10^{èmes} ASSISES RÉGIONALES
POUR LE DÉVELOPPEMENT
DES FILIÈRES ET DES
MARCHÉS ALIMENTAIRES
DANS LA RÉGION GRAND EST

Grand Est
RÉGION



Philippe RICHERT
Président de la Région
Grand Est
Ancien Ministre

Jean-Luc PELLETIER
Président de la Chambre
Régionale d'Agriculture
Grand Est

vous invitent à participer aux
ateliers de travail visant à élaborer
la stratégie de développement des filières
alimentaires du Grand Est.

**JEUDI
9 FÉVRIER
2017**

**À L'ABBAYE DES PRÉMONTRÉS
PONT-À-MOUSSON**

Rencontre de
la filière
viande
bovine



10^{èmes} ASSISES RÉGIONALES
POUR LE DÉVELOPPEMENT
DES FILIÈRES ET DES
MARCHÉS ALIMENTAIRES
DANS LA RÉGION GRAND EST

Grand Est
RÉGION



Philippe RICHERT
Président de la Région
Grand Est
Ancien Ministre

Jean-Luc PELLETIER
Président de la Chambre
Régionale d'Agriculture
Grand Est

vous invitent à participer aux rencontres
de la Grande et Moyenne Surface du Grand
Est visant à élaborer les stratégies de
développement des produits régionaux.

**MARDI
7 MARS
2017**

**À LA MAISON DE LA RÉGION
Place Gabriel Hocquard
METZ**

Rencontre de
la GMS



PONT-À-MOUSSON
Y L'ABBAYE DES PRÉMONTRÉS
SOUS

METZ
PLACE GABRIEL HOCQUARD
Y LA MAISON DE LA RÉGION
SOUS

UN BESOIN DE PROXIMITE DE PLUS EN PLUS FORT...



Une proximité de plus en plus plébiscitée

✓ Des moteurs importants qui alimentent le besoin de proximité

- Crise économique → volonté de favoriser l'emploi local
- Contexte anxiogène → besoin de repères et de lien social, quête de confiance
- Valeurs DD → respect de l'environnement, réduction des transports

✓ Des consommateurs et des élus qui se mobilisent

21%

Des français consomment **plus de produits cultivés dans la région ou localement** en 2016 qu'en 2015 (BVA 2016)

21%

2015

Des Français privilégient lors de leurs achats alimentaires le fait que le produit soit **fabriqué à proximité du lieu d'achat** (CRÉDOC)

14%

2009

64%

2014

Des Français sont tout à fait d'accord avec l'affirmation que les produits alimentaires locaux permettent de **faire marcher l'économie locale** et d'aider les producteurs locaux (IPSOS)

Origine, fraîcheur, proximité... : des arguments d'achat qui ont « le vent en poupe »



- ✓ 46% des consommateurs rassurés sur la qualité d'un produit lorsqu'il est vendu par un producteur
- ✓ 39% des consommateurs rassurés sur la qualité d'un produit lorsqu'il connaît son origine
- ✓ 21% des consommateurs déclarent privilégier la proximité du lieu de fabrication dans leurs achats (14% en 2009)

Enquêtes IPSOS (2014) et CREDOC (2015)

2007 → 2015 : une qualité associée au bio & produit brut. Les aspects « proximité », « local », et « producteur » qui émergent

Si je vous dis « Aliment de qualité » ... ?



ETAT DES LIEUX ET TENDANCES DE CONSOMMATION

Consommation au niveau national et régional

Une filière Bio en expansion

La Restauration Hors Domicile

Consommation des ménages = Consommation de F&L frais + F&L transformés



Une consommation de F&L frais plutôt stable



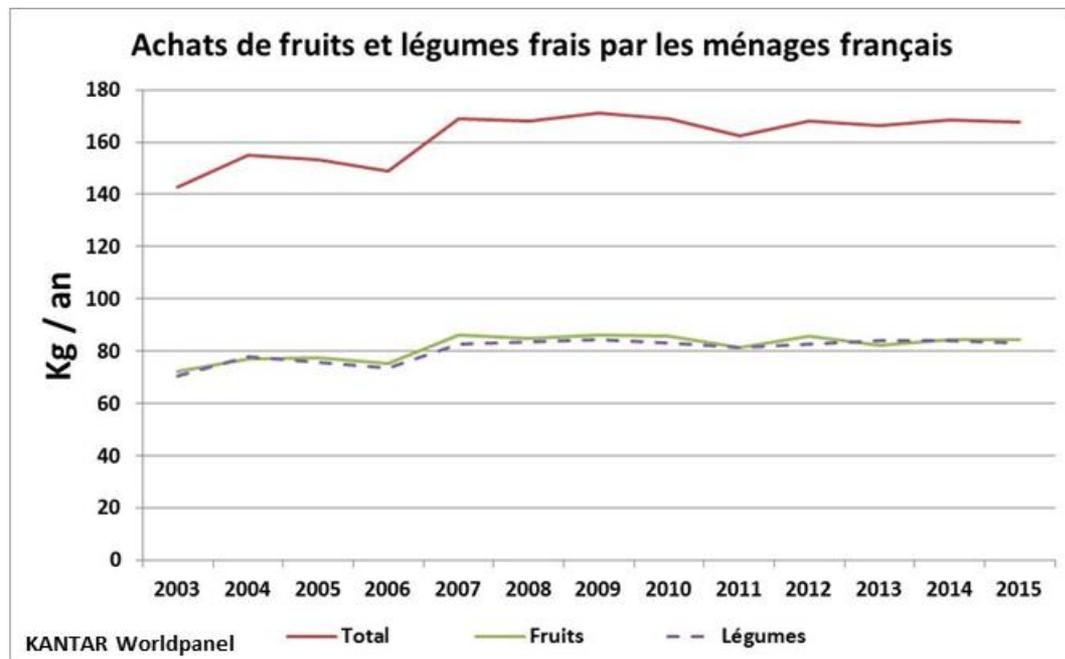
- ✓ Des volumes de consommation des ménages français stables depuis 10 ans (environ 167,4 kg/ménage/an)



- ✓ Un marché national ≈ 20 Mds €:
 - Légumes frais : 8,8 Mds €
 - Pommes de terre : 1,6 Mds €
 - Fruits frais : 9,5 Mds €
- Valeur de la consommation effective des ménages en France (INSEE)

- ✓ Une région sous-consommatrice
 - Ex: Pomme de table: 90% du niveau national
 - Ex: Courgettes: 70% du niveau national

Sources : CTIFL / KANTAR Worldpanel



Grand Est
ALSACE CHAMPAGNE-ARDENNE LORRAINE

1,5 Mds €
Maxi

→ Un marché F&L frais estimé du Grand Est (hors PdT)

Grand Est
ALSACE CHAMPAGNE-ARDENNE LORRAINE

AGRICULTURES
& TERRITOIRES
CHAMPAGNE ARDENNE
GRAND EST



Une consommation de F&L transformés qui continue à croître



✓ Une proportion de produits transformés en forte croissance sur les 30 dernières années

➔ Quid de l'offre régionale/locale en produits transformés?



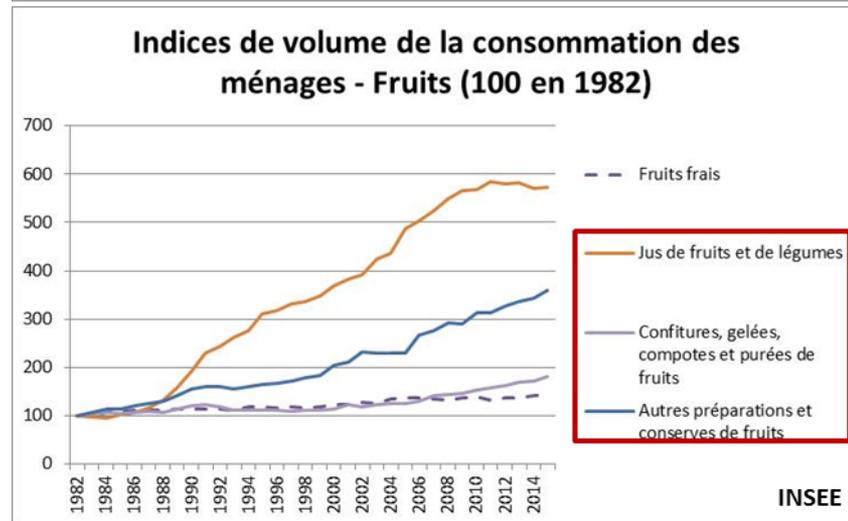
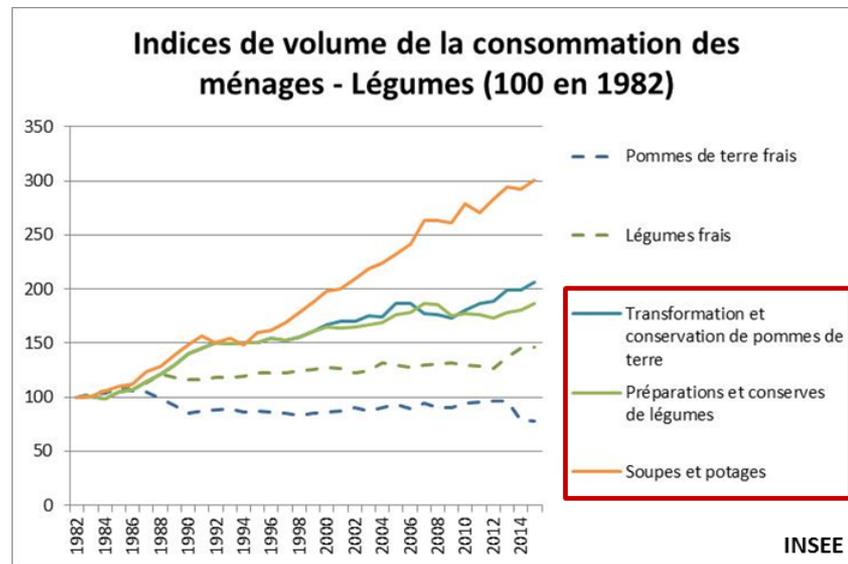
✓ Un marché national des produits transformés de 17,9 Mds € (yc PdT)

Valeur de la consommation effective des ménages en France (INSEE)



1,5 Mds €

➔ Un marché F&L transformés estimé du Grand Est (y compris PdT)



Une consommation globale de F&L qui évolue

✓ Plus de produits transformés, plus de nomadisme

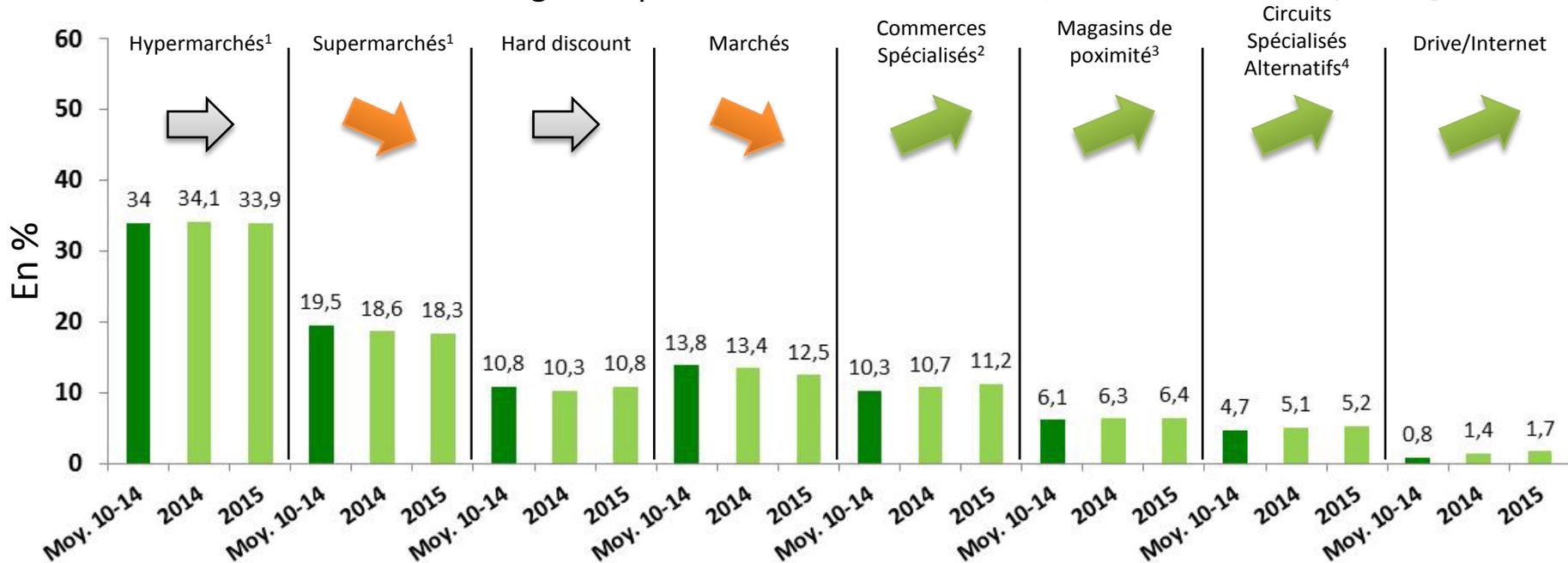


✓ Plus de proximités?



Evolution par circuit de distribution de la consommation des ménages en France

Parts de marché en Fruits et Légumes par circuits de distribution (Total F&L frais, en valeur, y.c. 4^{ème} gamme)



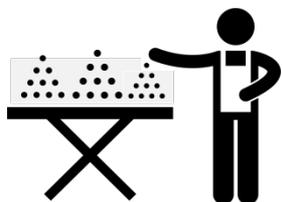
¹ : Hors internet

² : Primeurs et Grandes Surfaces Frais

³ : Supérettes et Enseignes généralistes de proximité

⁴ : Enseignes bio, Vente directe...

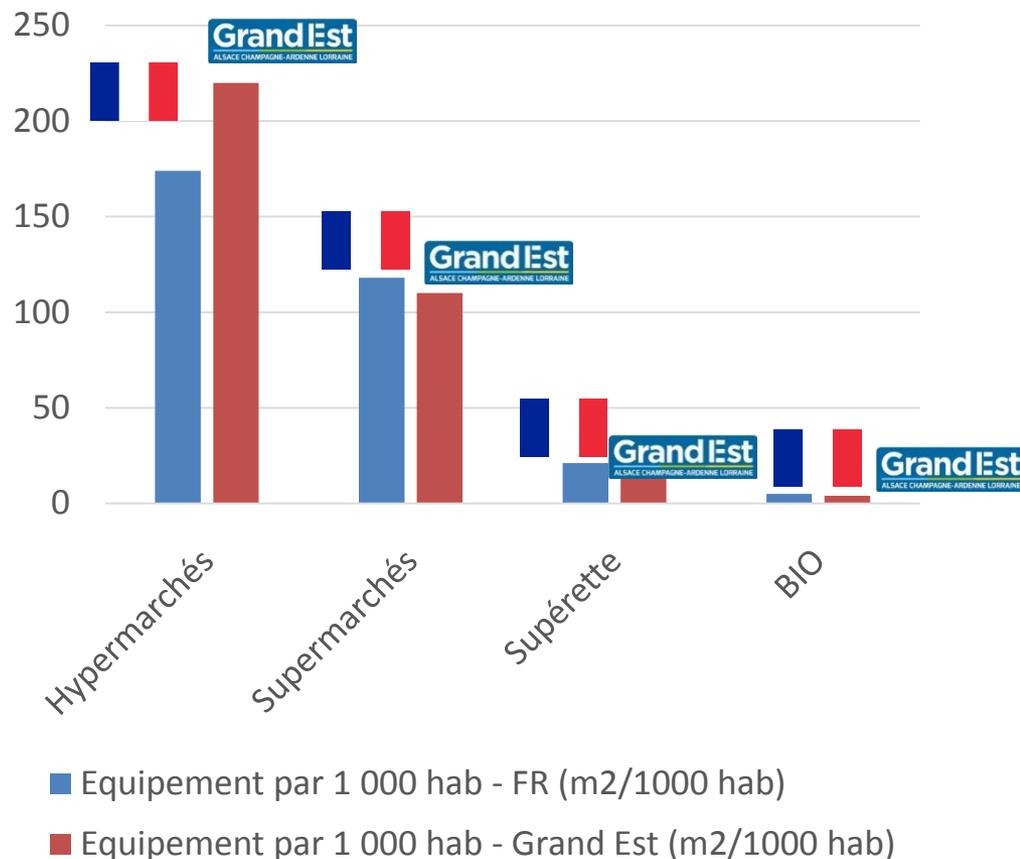
Sources : FranceAgriMer / KANTAR Worldpanel



- ✓ Perte de vitesse des marchés et des supermarchés
- ✓ Emergence et croissance des commerces spécialisés, notamment des Grandes Surfaces Frais

Les circuits de distribution dans le Grand Est

Taux d'équipement GMS 2017



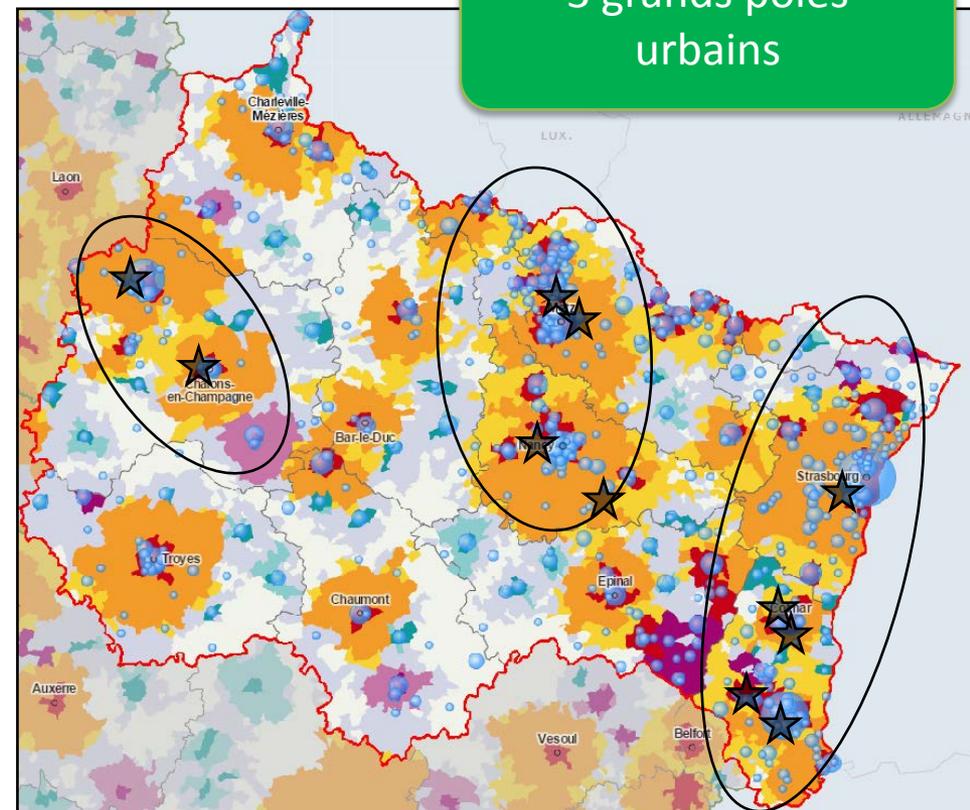
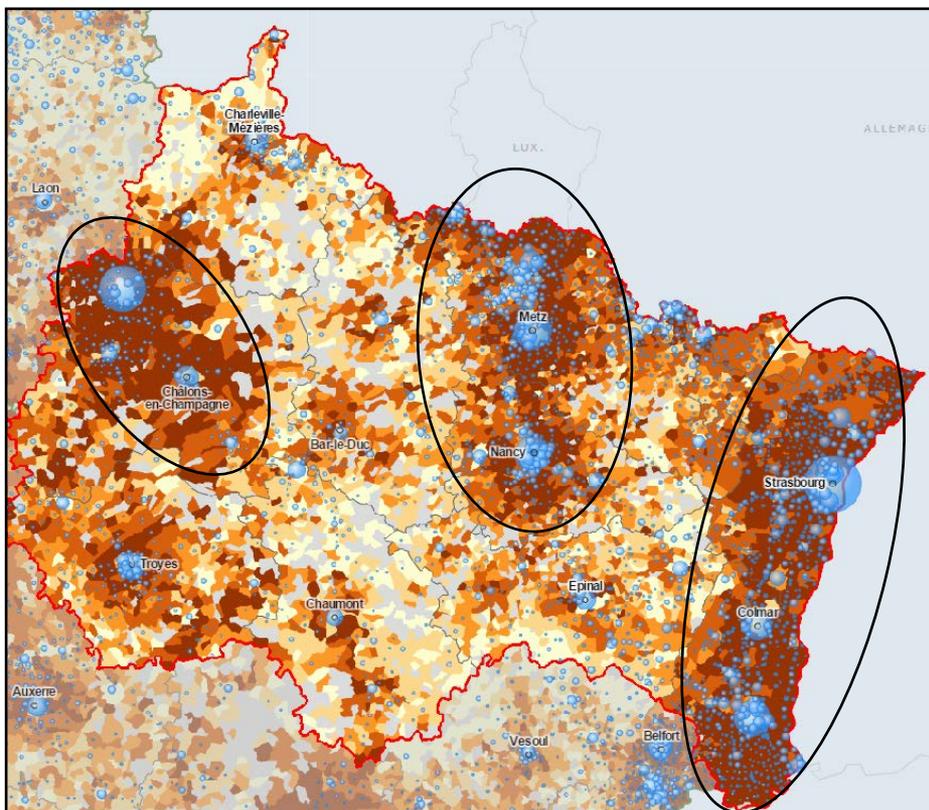
Sources : NIELSEN

- ✓ **Un poids important des hypermarchés**
 - Surreprésentation des hypermarchés (secteur rural et périurbain)
 - Faiblesse du commerce de proximité et des commerces spécialisés Bio (5 à 6% du parc)
- ✓ **Forte densité des Grandes Surfaces Frais**
 - 20% des implantations du leader sont concentrées dans le Grand Est
- ✓ **Faiblesse supposée des marchés**
 - Offre locale réduite
 - Eloignement des marchés de gros

Une implantation des GMS liée aux bassins de consommation

→ Des exploitations de F&L bien positionnées ?

3 grands pôles urbains

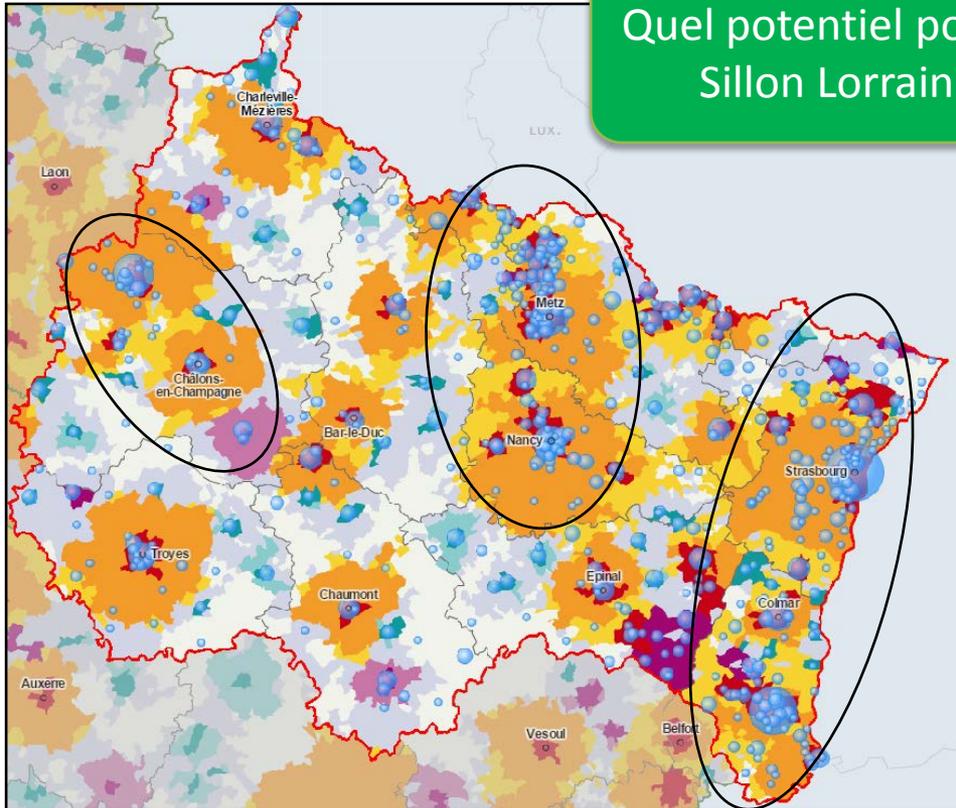


Revenu et densité de population, INSEE 2015

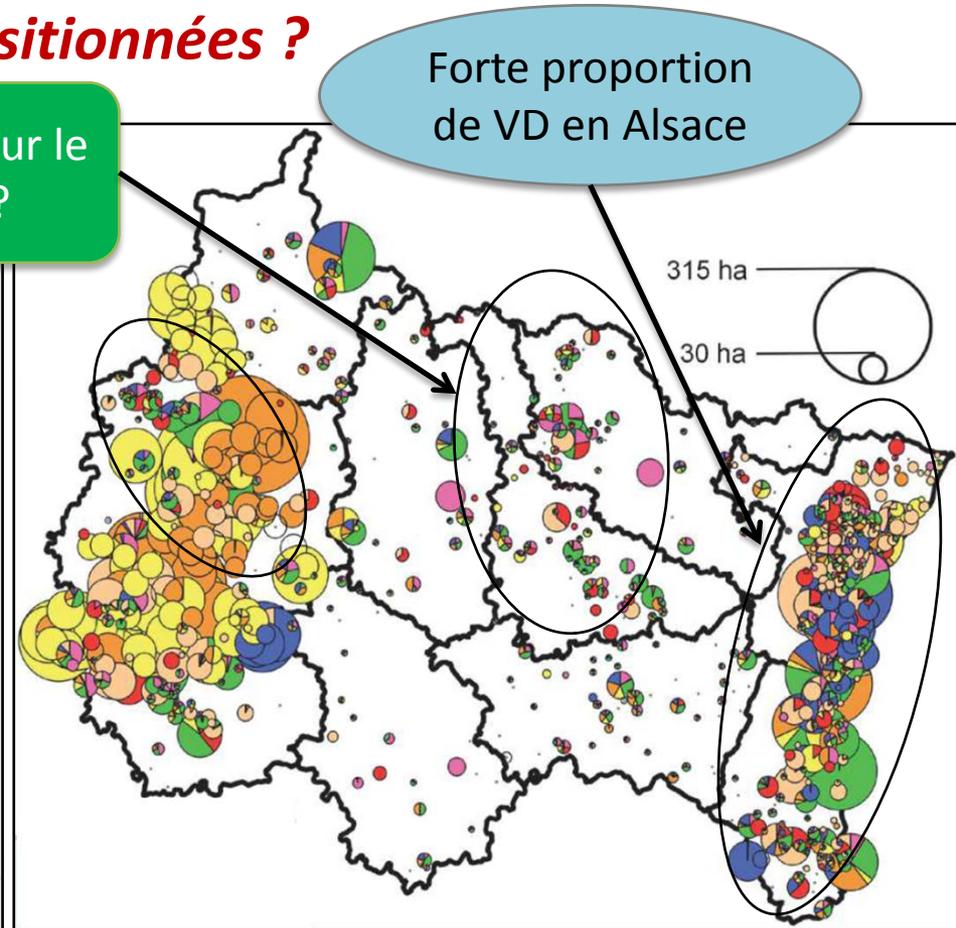
Implantation des Grandes et Moyennes Surfaces, INSEE 2015 + Principales centrales d'achat (NIELSEN)★

Une implantation des GMS liée aux bassins de consommation

➔ *Des exploitations de F&L bien positionnées ?*



Implantation des Grandes et Moyennes Surfaces, INSEE 2015



Implantation des surfaces de légumes (hors pommes de terre), DRAAF 2014

ETAT DES LIEUX ET TENDANCES DE CONSOMMATION

Consommation au niveau national et régional

Une filière Bio en expansion

La Restauration Hors Domicile



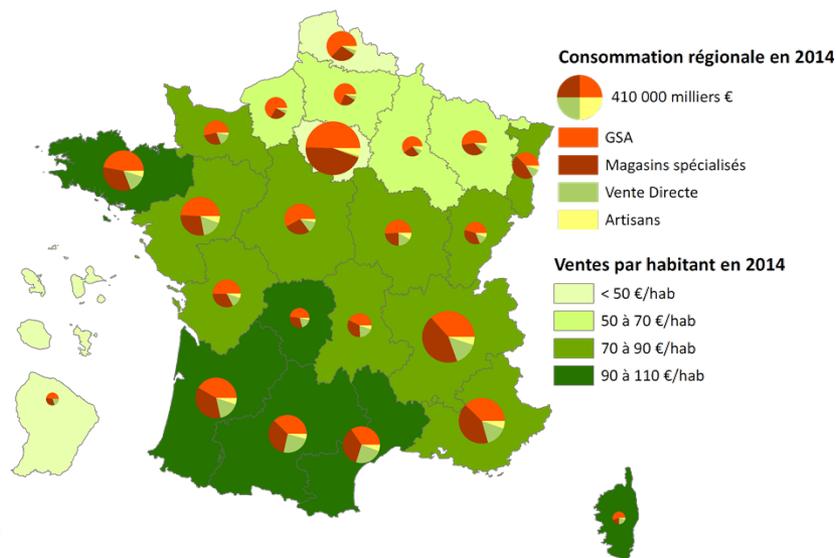
Une consommation AB toujours en croissance

- ✓ + 64% de croissance en valeur en France entre 2010 et 2015 et + 15% entre 2014 et 2015 (tout produits confondus)
 - Fruits et légumes : +71% entre 2010 et 2015
 - Entre 2014 et 2015 : fruits +27%, légumes + 23%
- ✓ Une origine majoritairement Française (76%) : environ 60% pour les fruits et 80% pour les légumes
- ✓ Une région sous-consommatrice en bio



60 à 85 M€

→ *Marché F&L bio
estimé du Grand Est
soit 2 à 5% du total F&L
(France : 6 à 7%)*

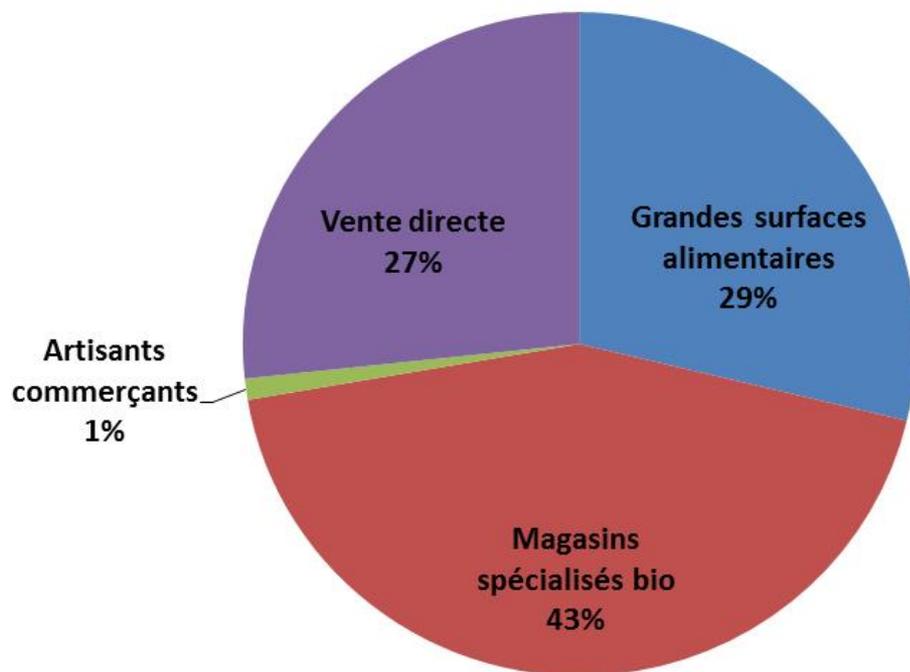


Sources : Agence Bio / ANDI



Des circuits de distribution spécifiques

- ✓ Un positionnement fort sur les « magasins spécialisés bio » et la « vente directe »



Consommation F&L Bio par circuit de distribution en France en 2015 (en M€)

Agence Bio/ANDI

- ✓ Rappel – Tous F&L en France :
 - Supermarchés/ Hypermarchés/Hard discount/Drive = 65 %
 - Vente directe = 2 à 4 %

ETAT DES LIEUX ET TENDANCES DE CONSOMMATION

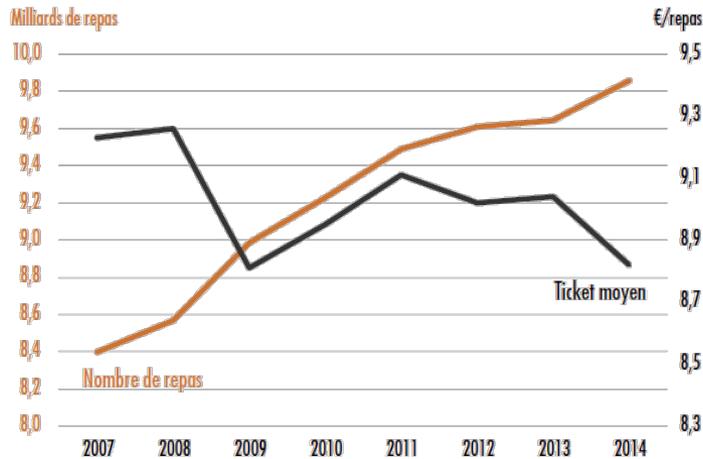
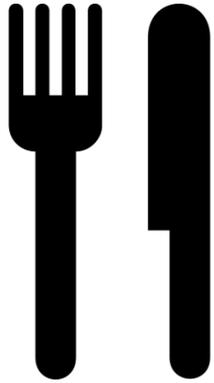
Consommation au niveau national et régional

Une filière Bio en expansion

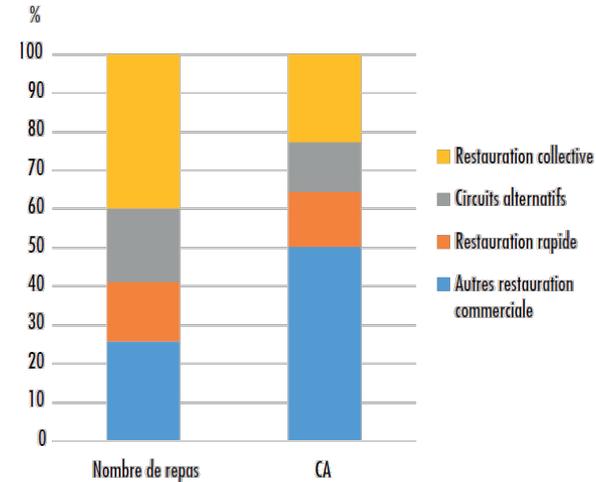
La Restauration Hors Domicile



Un marché en sortie de crise et relativement réduit



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après GIRA Foodservice et presse



Source : GEB - Institut de l'Élevage d'après GIRA Foodservice. Données 2013

- ✓ Un ticket moyen à la baisse (coût du repas, main d'œuvre comprise)
- ✓ Un marché national qui sort de 3 années de récession
- ➔ RHD collective : stabilité, voir hausse
- ➔ RHD commerciale : un nouveau visage
 - **Restauration rapide** qui marque le pas
 - Nouvelle tendance : « **snacking à thème** » + 20% de croissance
 - **Restauration à table** : « la bonne surprise » qui permet de redresser la situation, notamment dans les restaurateurs indépendants



Un marché en sortie de crise et relativement réduit



Grand Est
ALSACE CHAMPAGNE-ARDENNE LORRAINE

71 M€

- ✓ Mais un marché F&L frais qui reste réduit au regard de la consommation de détail
 - Moins de 90 g de F&L frais par repas
 - Projection sur la RHD scolaire 1er et 2d degré dans le Grand Est
- ➔ **Marché annuel F&L frais scolaire de 27 millions d'euros**
 - 5 500 tonnes de fruits frais (y compris exotiques)
 - 7 500 tonnes de légumes frais (-12% en volume 2006/2011 : 32% de légumes surgelés, hors pommes de terre)
- ➔ **Extrapolation RHD collective totale : 71 millions d'euros**



- ✓ Une forte croissance de la 4e gamme au détriment du frais
- ➔ + 21% en volumes entre 2006 et 2011
- ➔ Estimation Grand Est pour la RHD scolaire : 1 300 tonnes

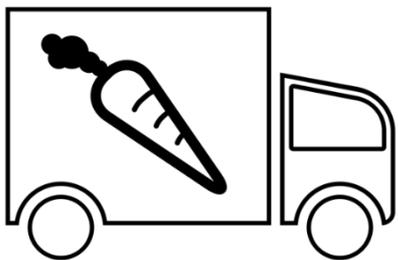
Étude Gira Foodservice réalisée en 2012 pour FranceAgriMer, Ctifl, d'Interfel et du CNIPT – Projection Blezat Consulting sur données académie 2016

Grand Est
ALSACE CHAMPAGNE-ARDENNE LORRAINE

**AGRICULTURES
& TERRITOIRES**
CHAMPAGNE ARDENNE
GRAND EST



Un marché difficile d'accès

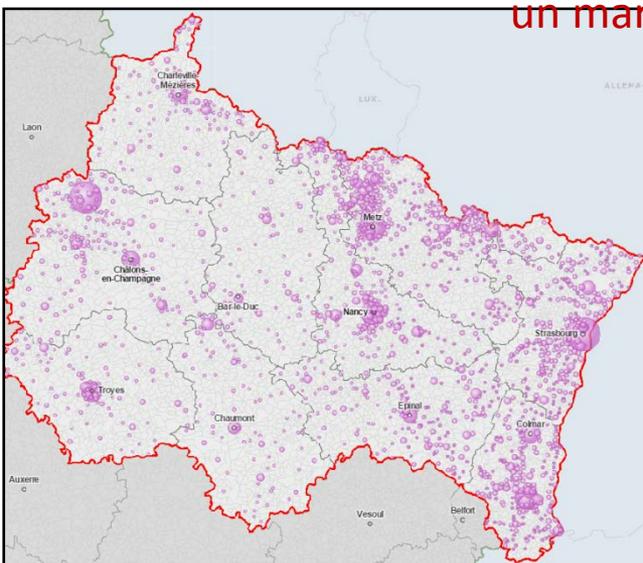


✓ Forte atomisation du marché, fréquence importante des livraisons, budget réduit et nécessité d'avoir un gamme très large de produits

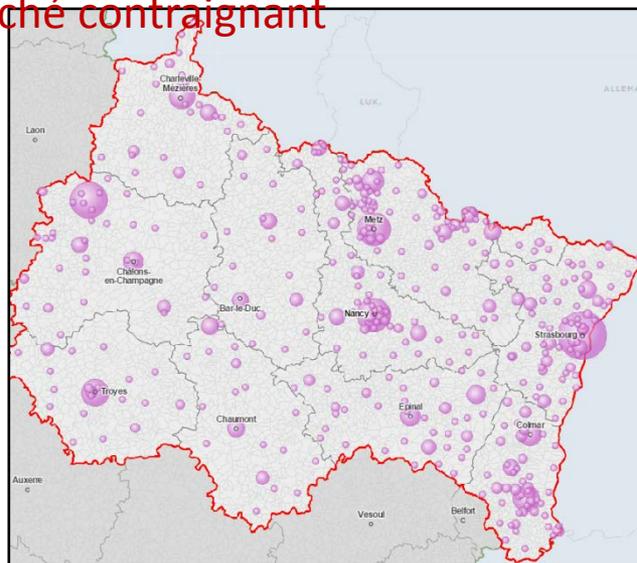
➔ 80% des volumes livrés par des grossistes

➔ 6% des volumes en circuits direct ou de détail (y compris producteurs) :

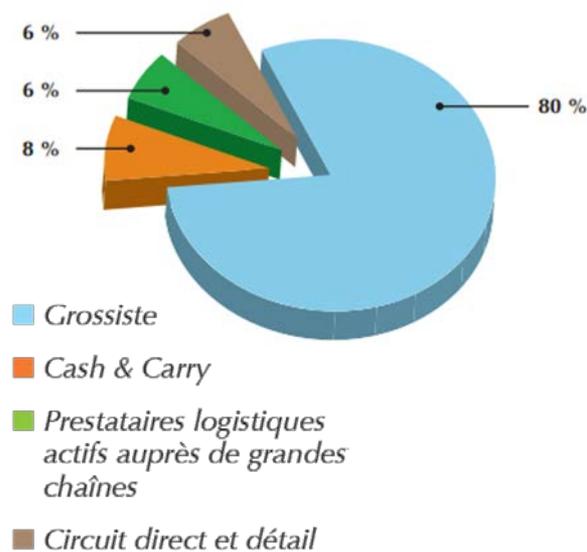
un marché contraignant



Répartition des écoles par commune



Répartition des collèges et lycées par commune



Provenance des F&L et Pommes de terre

Étude Gira Foodservice réalisée en 2012 pour FranceAgriMer, Ctifl, d'Interfel et du CNIPT – Projection Blezat Consulting sur données académie 2016

ETAT DES LIEUX ET TENDANCES DE PRODUCTION

Tendances nationales et régionales

Volumes et spécificités des productions régionales

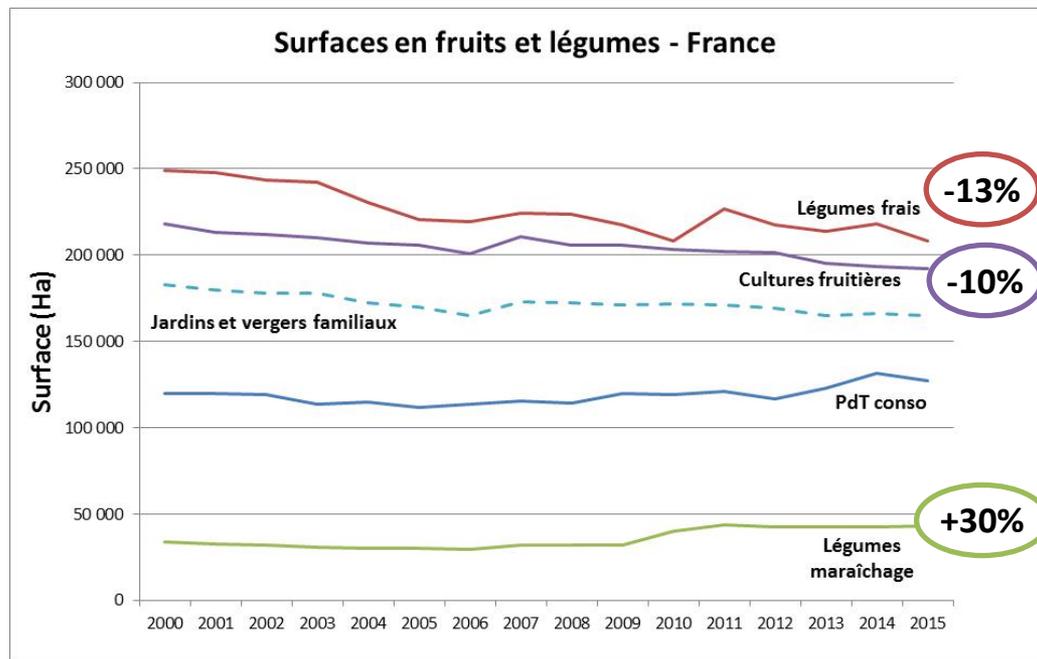
La production sous SIQO et les marques territoriales



Recul global des productions et croissance de l'import



- ✓ Baisse de -12% des parts de marché des F&L Français entre 2000 et 2013 (66 % en légumes et de 32 % en fruits)
- ✓ Un **potentiel de production global en recul**, malgré une croissance des surfaces en maraîchage



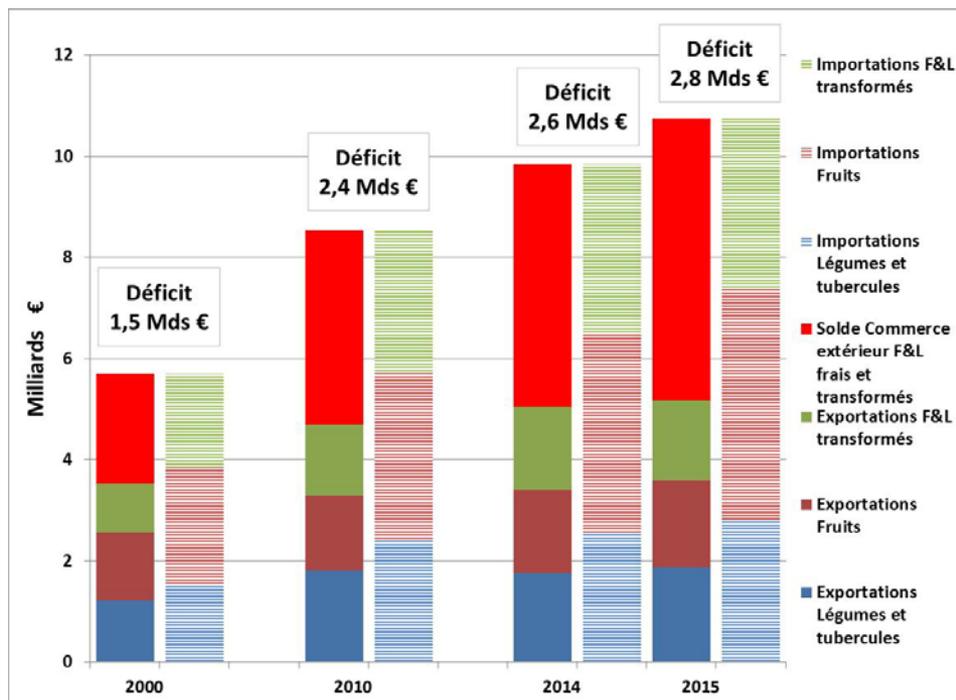
→ Une filière nationale en perte de compétitivité ?

AGRESTE
Import/Export F&L frais et transformés en France

Recul global des productions et croissance de l'import



- ✓ 6 Mds€/an de F&L importés soit l'équivalent de la production nationale annuelle

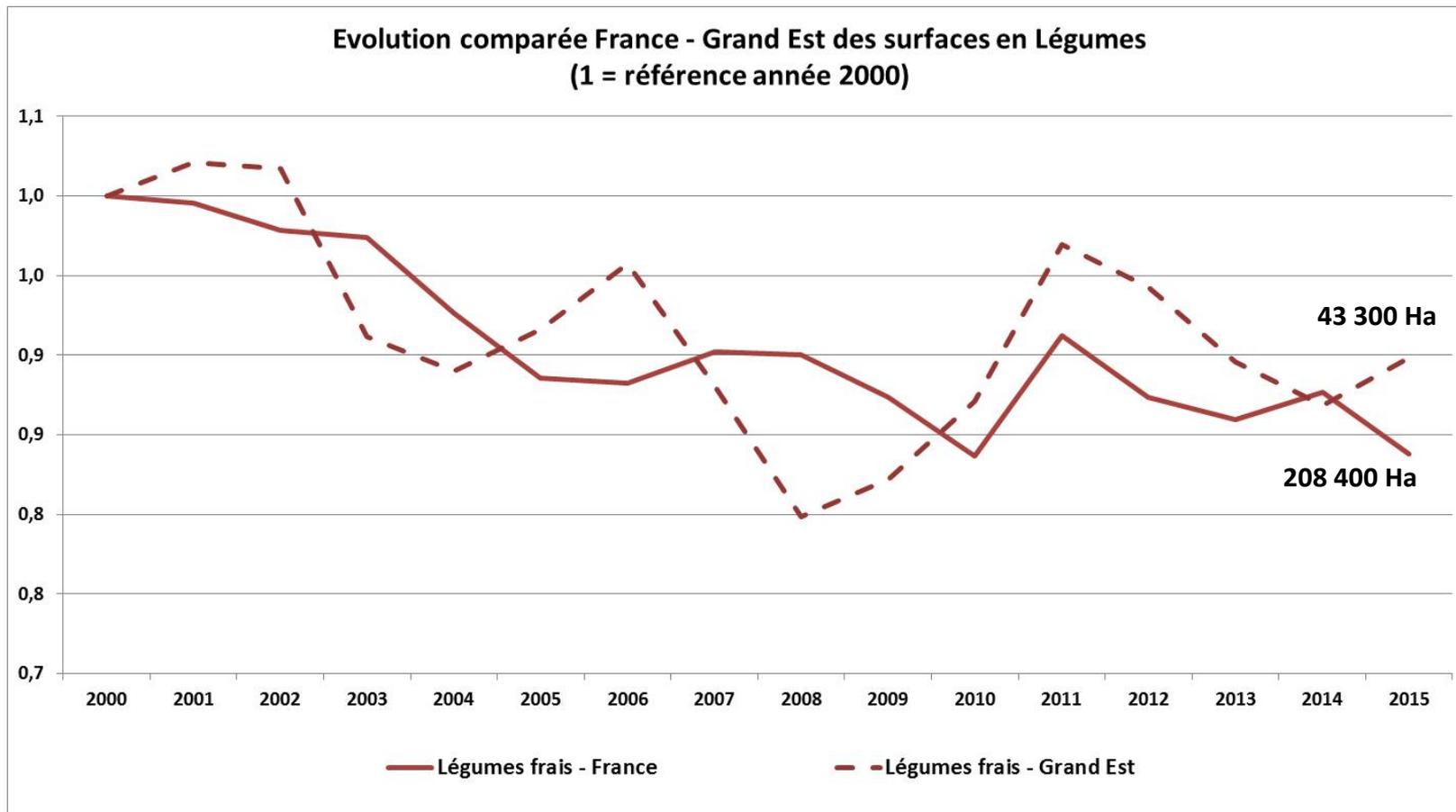


AGRESTE

→ Une filière nationale en perte de compétitivité ?

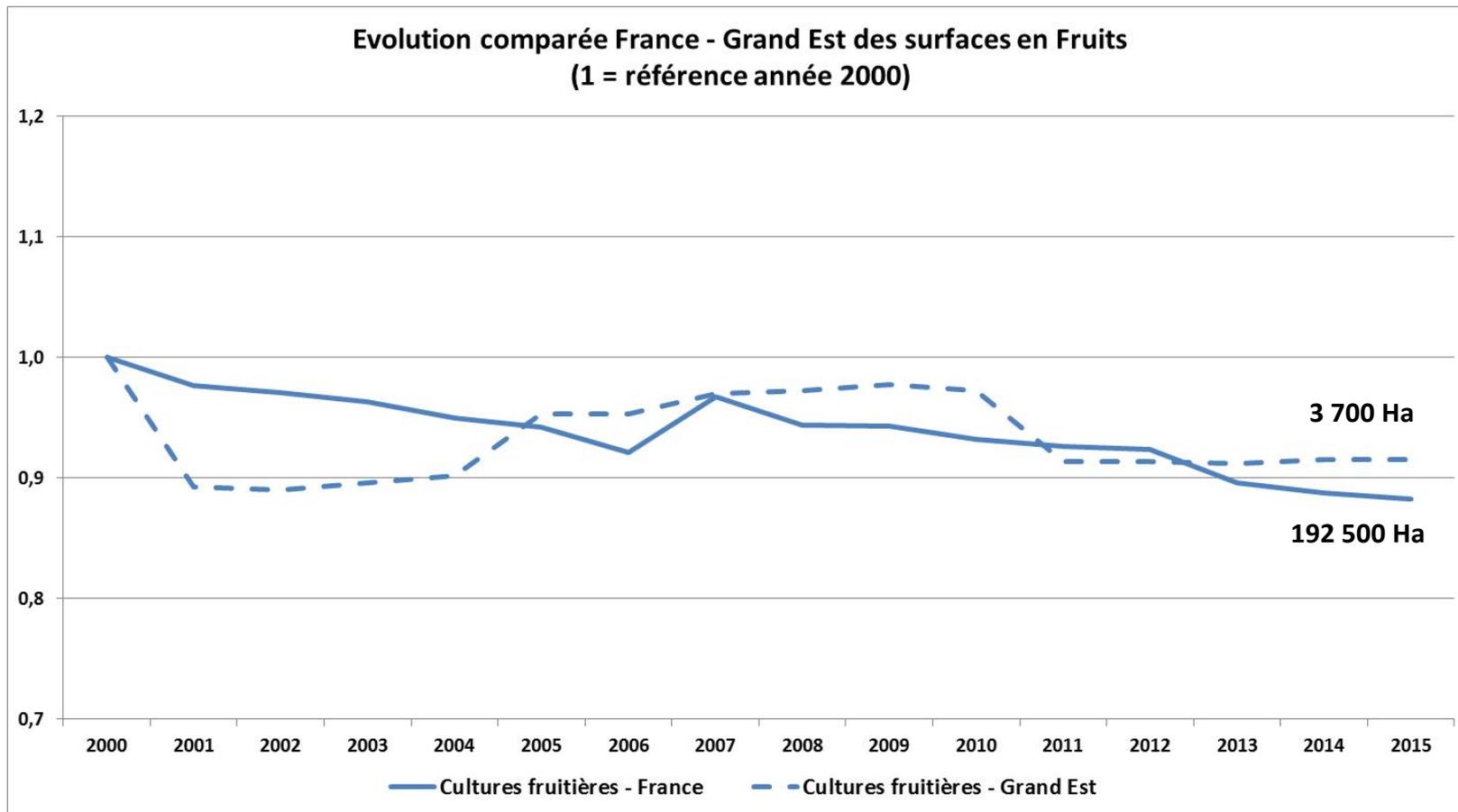
AGRESTE
Import/Export F&L frais et transformés en France

Une dynamique Grand Est meilleure qu'au niveau national



Sources : AGRESTE

Une dynamique Grand Est meilleure qu'au niveau national



Sources : AGRESTE

ETAT DES LIEUX ET TENDANCES DE PRODUCTION

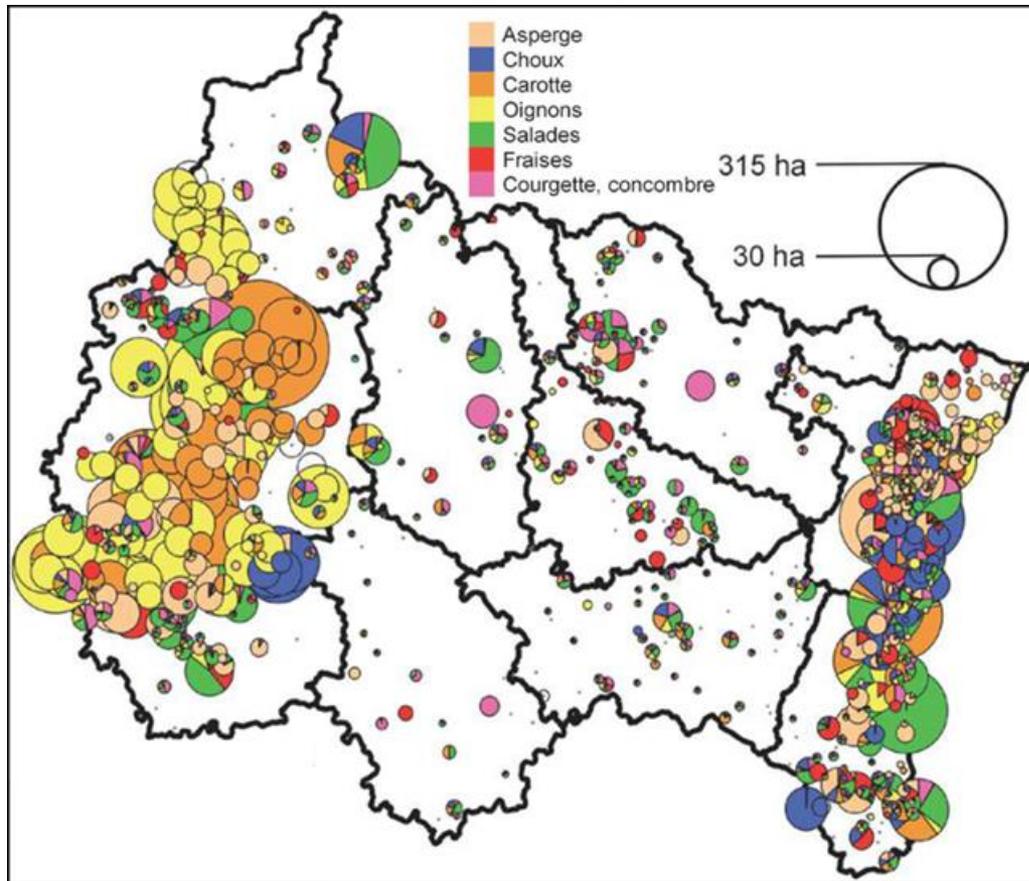
Tendances nationales

Volumes et spécificités des productions régionales

La production sous SIQO et les marques territoriales

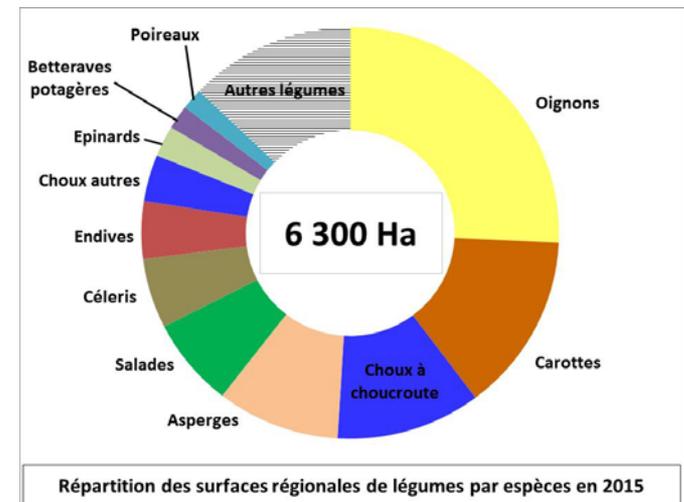


Des productions légumières localisées et dominées par le plein champ

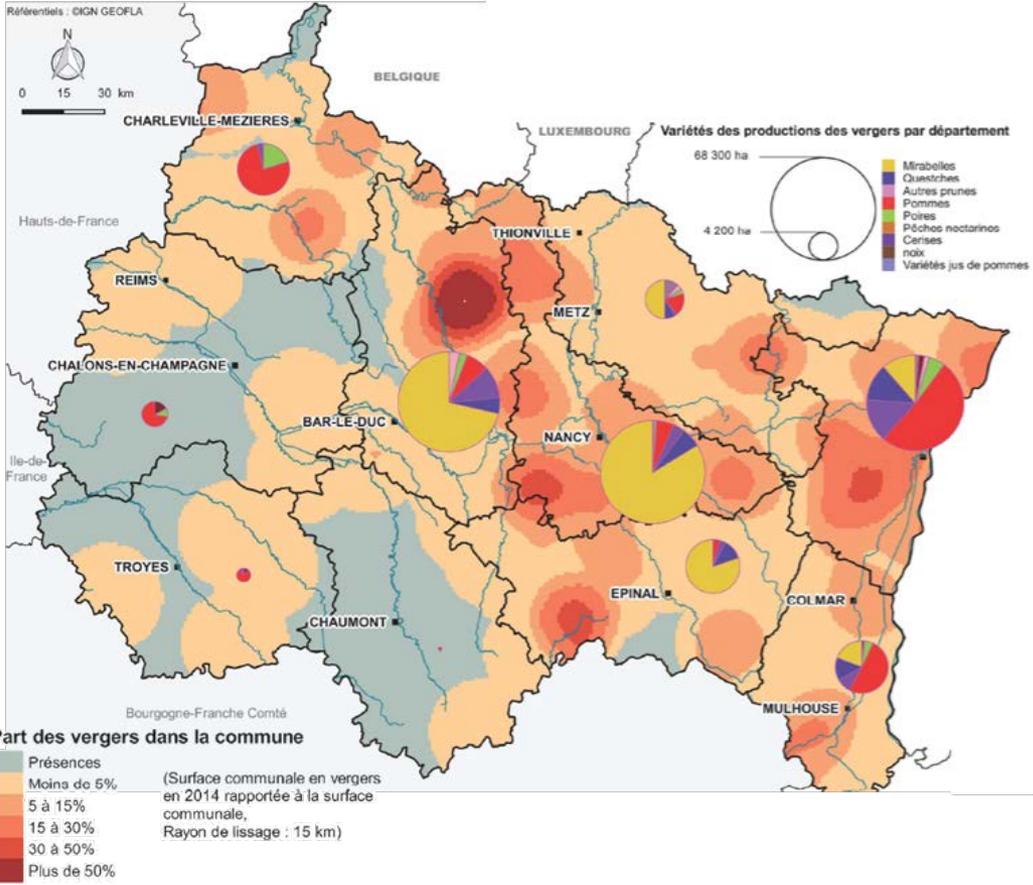


Sources : AGRESTE

- ✓ La SAU F&L du Grand Est représente 3% de la SAU F&L française
- ✓ Les surfaces légumières représentent **0,2% de la SAU régionale contre 0,7% au niveau national** (hors pdt)
- ➔ *Des surfaces majoritairement de plein champs*
- ✓ Sur 18 580 ha, 2/3 en pommes de terre et 1/3 en légumes

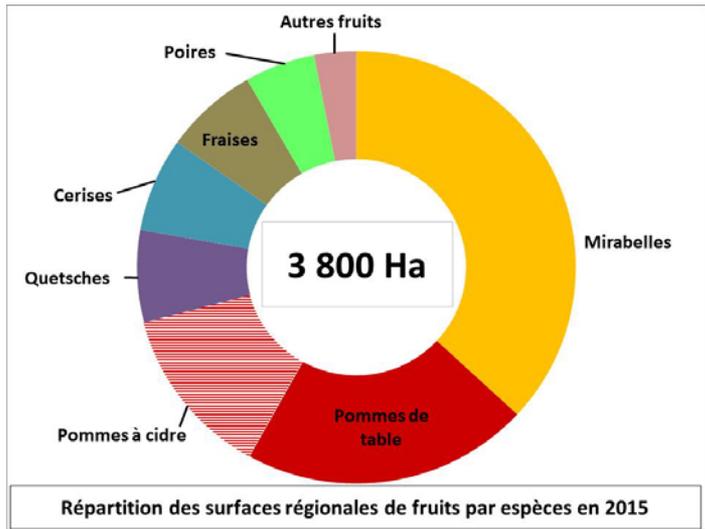


Des productions fruitières très localisées et dominées par la mirabelle et la pomme



✓ Les surfaces fruitières représentent 0,1% de la SAU régionale contre 0,7% au niveau national

➔ Une région sous productrice, majoritairement orientée sur la Mirabelle (IGP -> national et export) et la pomme



Sources : AGRESTE

Des exploitations peu spécialisées et de petite taille

- ✓ En région :
 - 1 400 exploitations avec des légumes (3,5% des expl. nationales)
 - 1 400 exploitations avec des vergers (5%)
 - 250 producteurs de petits fruits (10%)
- => - 25% d'exploitations entre 2000 et 2010 (idem France),
sauf en petits fruits (-7%)

5 000 UTA (Equivalent Emploi agricole) sur l'ensemble des exploitations productrices de F&L

Sources : AGRESTE – RGA 2010 et BAEA



Volumes et spécificités des productions régionales

- ✓ Des volumes de F&L globalement insuffisants par rapport à la consommation

Fruits GE
64 kt
2% France
47 M€

Légumes GE
266 kt
5,2% France
100 M€

Rappel
population
Grand Est
8,4% France

Pommes de
terres GE
603 kt
10,5% France
248 M€

- ✓ Des spécificités à traiter produit par produit (ou par famille)

Sources : AGRESTE – Moyenne 2013-2015

Volumes et spécificités des productions régionales

✓ Des productions régionales qui se distinguent (classement national, en % de volume)



Choux choucroute 83 %
Céleris 27 %

Quetsches 89 %
Mirabelles 88 %
Griottes 45 %

Concombres 13 %
Endives 3 %

PdT de conso 11 %
Oignons 21 %
Asperges 11 %

Framboises 7 %



Sources : AGRESTE – Moyenne 2013/2015

ETAT DES LIEUX ET TENDANCES DE PRODUCTION

Tendances nationales

Volumes et spécificités des productions régionales

La production sous SIQO et les marques territoriales

SIQO = Signes officiels d'Identification de la Qualité et de l'Origine



Indication géographique
protégée



Agriculture Biologique



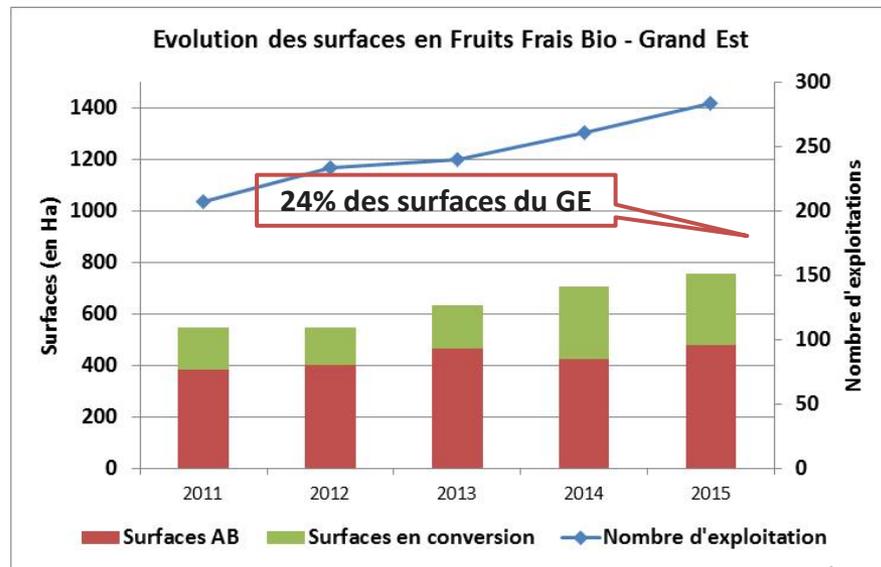
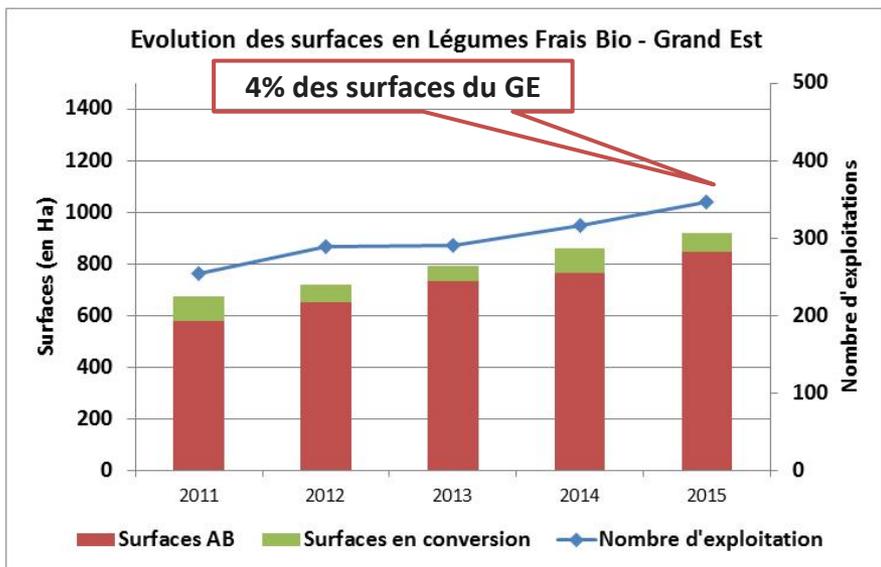
Label Rouge



Point sur la production Bio



- ✓ Plus de 600 producteurs de fruits et légumes bio (yc PdT) en 2016, pour 1 900 Ha
- ✓ Une forte augmentation des surfaces de fruits en AB (+ 53% entre 2011 et 2015 [+36% en France]).
- ✓ **Augmentation** dans la moyenne nationale en légumes (+ 36%)
- ✓ Représente 5% des surfaces en légumes bio nationales et 3% en fruits
- ✓ Développement progressif des surfaces **destinées à la transformation** (114 Ha [yc conversions] en 2015 - > + 470 % / 2011)



Sources : Agence Bio et Profession



Productions sous SIQO et des marques territoriales



- ✓ IGP Mirabelles de Lorraine : 20 à 30% des volumes de la filière
700 ha classés, 3 000 T certifiées/an, 100 producteurs



- ✓ Label Rouge Choucroute : 2 à 5% des volumes régionaux



- ✓ Marque « Tradition Maraichère Champenoise » : 20 adhérents



- ✓ Marque « Fruits et Légumes d'Alsace » : 80 à 90% des volumes de production sur le territoire



Exemple d'initiatives collectives

✓ IGP Mirabelles de Lorraine

Communication, promotion, idées recettes...



5 vidéos institutionnelles



Ceviche de bar aux
Mirabelles de Lorraine



Club sandwich au
magret de canard et
Mirabelles de Lorraine



Epaule d'agneau
confite tandoori aux
Mirabelles de Lorraine



Nems aux
Mirabelles de Lorraine

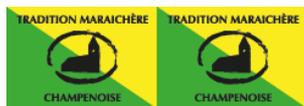
Sources : AMDL / Canetti Conseil



Exemple d'initiatives collectives

✓ Tradition Maraichère Champenoise

Caisses communes



EARL
**Watier
Pannet**



Maraicher
51500
TAISSY



SALADE



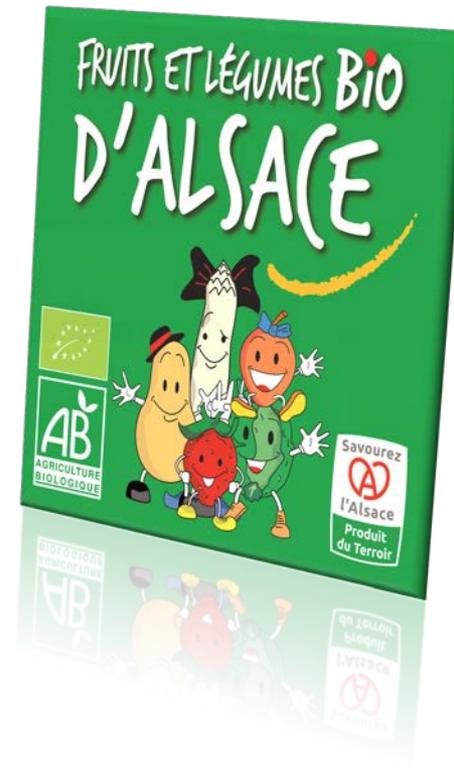
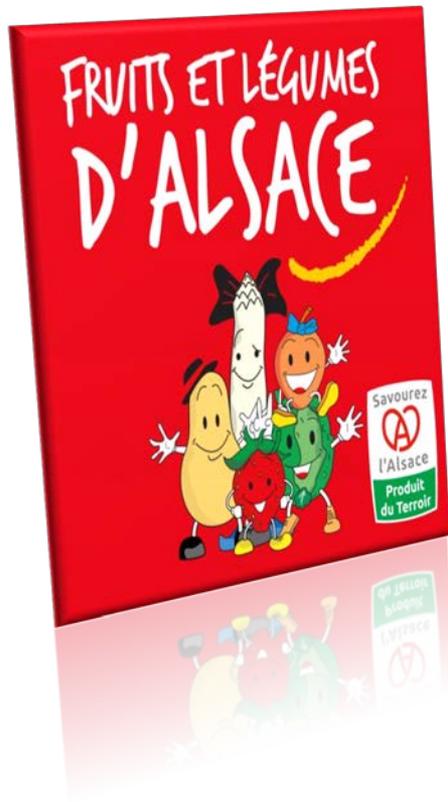
Visuel commun

Sources : FRSEA Grand Est et Association

Exemple d'initiatives collectives

✓ Fruits et Légumes d'Alsace

Marque territoire de l'interprofession des fruits et légumes d'Alsace



Exemple d'initiatives collectives

✓ Fruits et Légumes d'Alsace

Marque territoire fruits et légumes d'Alsace



FRUITS ET LÉGUMES D'ALSACE
Plus PRÈS, plus FRAIS, plus VRAI !

Pour la **PRIMEUR**,
je fais confiance
aux producteurs
alsaciens

Delphine WESPISER
Ambassadrice des producteurs de fruits et légumes d'Alsace

FRUITS ET LÉGUMES D'ALSACE Plus PRÈS, plus FRAIS, plus VRAI !

Pour la **SAVEUR**, je suis fière
de nos producteurs alsaciens

Delphine WESPISER
Ambassadrice des fruits et légumes d'Alsace

www.fruits-legumes-alsace.fr



Grand Est
ALSACE CHAMPAGNE-ARDENNE LORRAINE

AGRICULTURES
& TERRITOIRES
CHAMPAGNE-ARDENNE LORRAINE GRAND EST

Grand Est
ALSACE CHAMPAGNE-ARDENNE LORRAINE

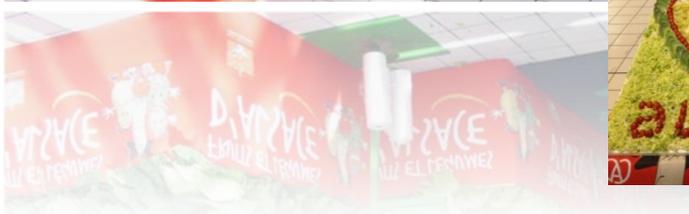
AGRICULTURES
& TERRITOIRES
CHAMPAGNE-ARDENNE LORRAINE GRAND EST



Exemple d'initiatives collectives

✓ Fruits et Légumes d'Alsace

Mise en avant dans les points de vente



Exemple d'initiatives collectives

✓ Fruits et Légumes d'Alsace

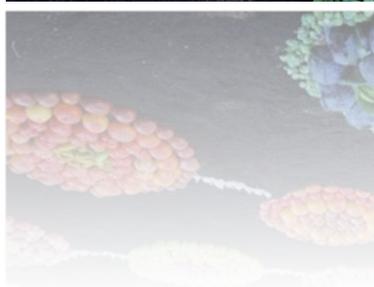
Emballages communs



Exemple d'initiatives collectives

✓ Fruits et Légumes d'Alsace

Manifestations grand public

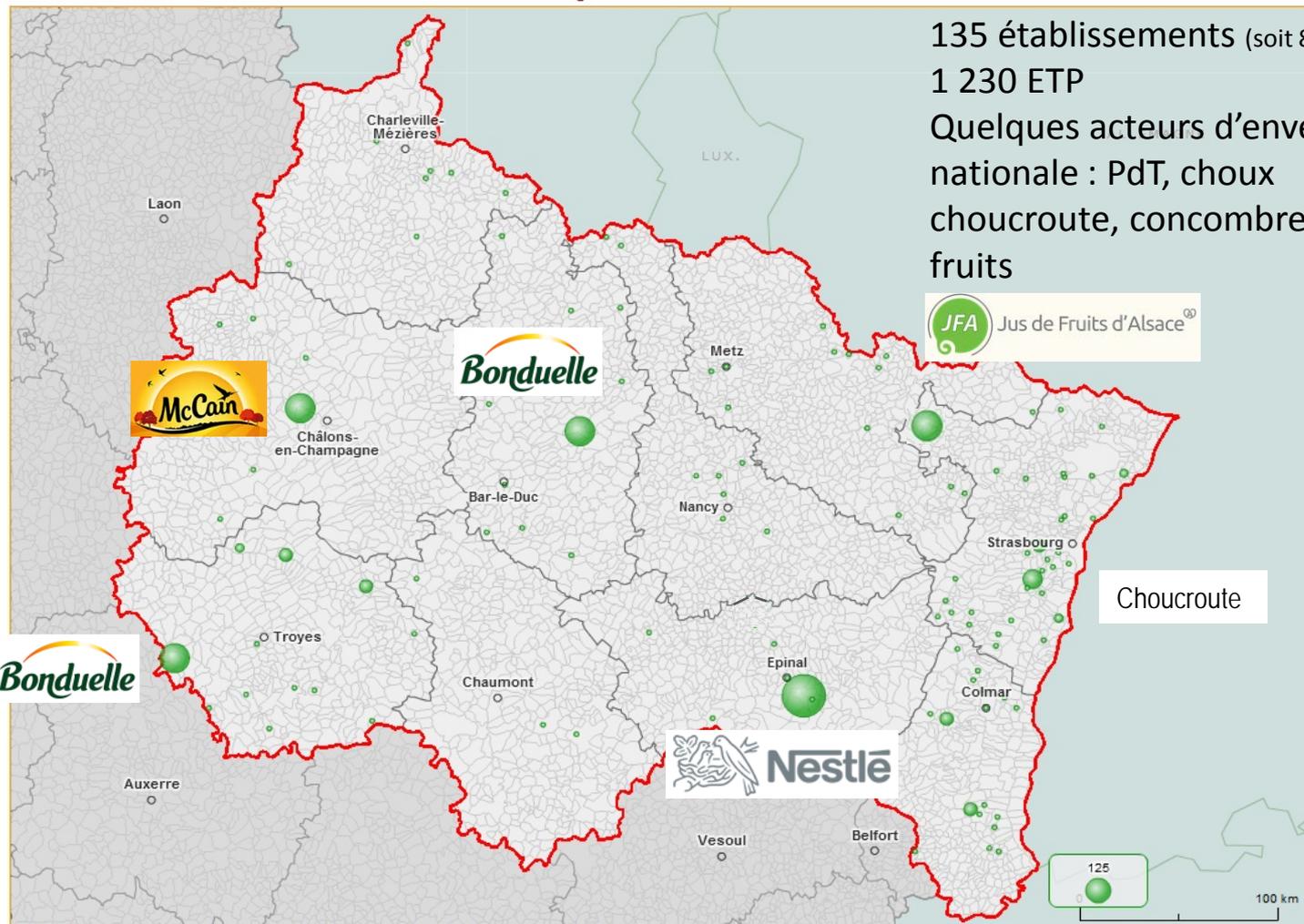


ETAT DES LIEUX ET TENDANCES AU NIVEAU DE LA TRANSFORMATION



Cartographie des Transformateurs

Nombre de salariés - IAA Transformation et conservation de fruits et légumes



© Géoclip 2012 - IGN GéoFla - Carte réalisée à partir de données importées par l'utilisateur.

Sources : AGRESTE – CLAP 2012

Quelques acteurs structurants et beaucoup de PME

- ✓ **Près de 135 établissements** spécialisés dans la transformation de F&L sur le Grand Est (8 % des IAA nationales du secteur)
Un total de 1 230 ETP (5 % des emplois du secteur en France)
- ✓ Représente toutefois une part limitée des IAA régionales : 6,7 % des entreprises pour 3,3% des ETP
- ✓ Caractérisé par la présence de quelques acteurs d'envergure nationale ou internationale, très spécialisés (PdT, choux choucroute, concombre, jus de fruits...)
=> Moins de 10 IAA de plus de 20 salariés
Mais surtout un tissu peu dense de petites PME de moins de 10 personnes

Sources : INSEE – AGRESTE (2012)



QUELLE ADÉQUATION OFFRE ET DEMANDE POUR LES FRUITS ET LEGUMES ?



Une part de marché de la production locale qui reste difficile à estimer

Légumes frais

Consommation GE = 550 kt



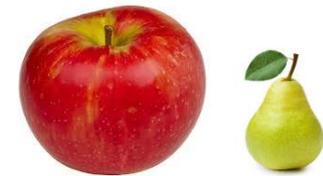
Dont **part de marché**
Production GE
de 5 à 15%
(80 à 100 kt, hors légumes industrie)

Fruits frais

Consommation GE = 400 kt



Dont **part de marché**
Production GE
de 5 à 10%
(30 à 40 kt hors fruits transformés)



Adéquation offre et demande en valeur

✓ Evaluation de l'équilibre Offre / Demande en Légumes en région

1,5 Mds €

→ Un marché F&L frais théorique du Grand Est hors PdT

1,5 Mds €

→ Un marché F&L transformés théorique du Grand Est yc PdT

60 à 85 M€

→ Un marché F&L bio théorique du Grand Est

71 M€
RHD collective

→ Un marché F&L théorique pour la RHD collective

Légumes GE
266 kt
5,2% France

Valeur
Prix Conso.
200 M€

Valeur Prix
Production
100 M€

Fruits GE
64 kt
2% France

Valeur
Prix Conso.
100 M€

Valeur Prix
Production
50 M€

Pdt GE
603 kt
10,5% France

Valeur Prix
Production
250 M€



FORCES ET FAIBLESSES DE LA FILIERE F&L GRAND EST

✓ Forces de la filière

- Une marge de progression : un **potentiel de consommation à satisfaire**
- Des **productions phares (mirabelle, choux)**
- Des **zones de production légumière diversifiées**
- Des **signes officiels de qualité** et des marques territoriales
- Des **stations expérimentales spécialisées et un conseil technique aux producteurs**
- La présence de **sites industriels** structurants pour la production
- Une filière fortement employeuse de **main d'œuvre**
- Sols et climats adaptés à certaines productions

✓ Faiblesses de la filière

- **Peu d'organisation de producteurs** par rapport à d'autres bassins de production France ou UE
- Un **manque de compétitivité** lié au coût de la main d'œuvre
- Une **région sous-consommatrice** de F&L
- **Cultures pérennes** : long retour sur investissements et projection difficile



MENACES ET OPPORTUNITES DE LA FILIERE F&L GRAND EST

✓ Menaces de la filière

- Des **régions concurrentes compétitives parfois limitrophes** (Belgique, Allemagne, Pays-Bas) qui exercent des pressions sur les prix à la baisse
- Un **manque de lisibilité sur les prix et les marchés** régionaux
- **Risque sanitaire** sur certaines productions
- **Pression foncière** importante en périphérie des villes

✓ Opportunités de la filière

- Un **potentiel de croissance de la production** (conventionnelle et bio)
- **Hausse de la demande** en produits locaux/régionaux (RHD, GMS, Vente directe...)
- Développement de l'offre de fruits et **légumes transformés et des 4ème et 5ème gammes**
- Développement de l'offre pour satisfaire le marché croissant des **fruits et légumes bio**
- **Opportunités d'ateliers** pour les installations, la diversification des systèmes de production et la création de valeur ajoutée

DES OPPORTUNITES A CONCRETISER → ROLE DES ASSISES

LES ATELIERS DE TRAVAIL

	SALLE	ETAGE	PRESIDENTS DE SEANCE	ANIMATION	SECRETAIRE
ATELIER GMS 1	LE FOYER	RDC	Philippe MANGIN	Cabinet BLEZAT	Karima BOURESAS
ATELIER GMS 2	L'AMPHITHEATRE	RDC	Thierry BOSSERELLE	Fabien DIGEL	Bruno BOSCHIERO
ATELIER RHD 1	SPOERRY	1 ^{ère} ETAGE	Pascale GAILLOT	Cabinet BLEZAT	Guillaume HEYMANN
ATELIER RHD 2	KASTLER	1 ^{ère} ETAGE	Pierre LAMMERT	Cabinet BLEZAT	Valérie VAGNEUR
ATELIER VENTE DIRECTE	BARTHOLDI	1 ^{ère} ETAGE	Sébastien LORIETTE	Sandrine VALLIN	Lise JUNG
ATELIER TRANSFORMATION	OSTERMEYER	2 ^{ème} ETAGE	Jean Luc PELLETIER Patrick BASTIAN	Jeremy SOULIER	Denis JUNG

<http://www.gout-grand-est.com>



Ajoutez une contribution ! Vous avez assisté à l'une de nos rencontres et vous souhaitez apporter une remarque complémentaire, faites-le [ICI](#)

Pour vous inscrire à la rencontre de votre choix, cliquez sur le thème relatif à votre activité :

- | | | | |
|--|--|---|--|
|  | Rencontre de la filière fruits et légumes
Jeudi 2 février 2017
Maison de la Région – Strasbourg |  | Rencontre de la filière viande bovine
Jeudi 9 février 2017
Abbaye des Prémontrés – Pont-à-Mousson |
|  | Rencontre de la filière GMS
Mardi 7 mars 2017
Conseil régional – Metz |  | Rencontre de la filière viande de poulet
Date à venir |
|  | Rencontre de la filière lait
Date à venir |  | Rencontre de la filière viande de porc
Date à venir |

