

Participants	
GEFeL	Astrid Etevenaux Vincent Guérin Alexandra Lacoste Frédéric Le Vigoureux Josselin Saint-Raymond
BIK	Adeline Gachein
FNPF	Florie Candat
FELCOOP	J.-Luc Vandemoortele
Légumes de France	Tiphaine Parthenay
COORDINATION RURALE (CR)	Céline Roumieux Jean-Louis Ogier
ANEEFEL	Philippe Dupont Barnabé Viala
CSIF	François Viguier
FCD	Jeff Mahintach Emilie Sabourin
FCA	Christophe Bonno
RESTAU'CO	Marie-Cécile Rollin
SSP	Roselyne Trauchessec
DGPE	Axelle Poizat
CTIFL	Pascale Vibert Catherine Baros
FAM	Raphaël Bertrand Nollan Puget
INTERFEL	Dragana Miladinovic Pauline de Jerphanion Cécilia Céleyrette Isabelle Jusserand Coralie Mialon Olivier Ayçaguer Jeanne Laversin
Excusés	Fabien Champion Philippe Matecki Victoire Cassagnol Patrice Bellet Yves Mustel Frédéric Stéfani David Patte

Indicateurs de marché du RNM : Le chou-fleur est affiché en prix anormalement bas depuis 1 jour, d'après l'indicateur de marché du RNM.

Synthèse du Baromètre aval : pas de baromètre aval cette semaine. Prochain baromètre le 17/11.

Echanges.....	2
AVAL.....	2
Multiproduits.....	2
FRUITS.....	3
Kiwi.....	3
Raisin de table.....	3
Poire.....	3
Pomme.....	4
LÉGUMES.....	5
Endive.....	5
Carotte.....	6
Salade.....	6
Tomate.....	6
Concombre.....	6
Chou-fleur.....	6
Brocoli, artichaut, aubergine, radis.....	6
Poireau.....	7
Communication Interfel – pour information.....	8
AUTRES POINTS.....	9
Adaptation du GT avec le reconfinement.....	9
Echange sur les produits essentiels/non essentiels en GMS.....	9

Echanges

AVAL

Multiproduits

Voir détail par produit

Restau'Co : pas de retour sur les achats des restaurants de collectivité, mais sur les effectifs et les volumes produits. *Restauration scolaire* : baisse d'effectifs en raison de retrait d'enfants dans certains quartiers ou de limitation des flux sur les restaurants selon le protocole sanitaire. Difficile à estimer le % car varie de 0 à 50% de baisse selon les établissements (le plus souvent baisse de 4 à 10 %). *Restauration universitaire* : fermée, juste de la vente à emporter, donc baisse des effectifs et des volumes d'achats. *Restauration hospitalière* : remise en place des sachets repas équipés covid et télétravail du personnel administratif donc probable baisse de 30% à venir. Pas de changement sur l'EPHAD. *Restauration entreprise* : effectifs en baisse de 20 à 50%, s'accroît encore. *Armées* : baisse de 60% des effectifs accueillis dans les restaurants.

FCD : pour une enseigne par mail, « Grosse frénésie des ventes sur les 3 derniers jours de la semaine 44. Très bonne anticipation des fournisseurs en volumes (marchandise set logistique) pour bien nous servir. Bonne offre sur fruits et légumes de saison d'automne avec bons écoulements en magasins. Offre de qualité avec fruits gouteux et découpe fraîche en légumes sur octobre 2020.»

Pour une seconde enseigne : Deux semaines contrastées, avec un emballement en milieu et fin de semaine dernière, qui ne se retrouve pas en ce début de semaine, les tendances sont beaucoup plus calmes et plus à la normale. L'ensemble des familles de produits se porte bien en termes de volumes. Alerte : nombreux intervenants coutumiers de la RHF ou de l'industrie qui se rabattent et cherchent des débouchés sur la grande distribution, notamment sur les familles oignons et pomme de terre.

Pour une troisième enseigne : fin de semaine un peu folle avec l'annonce du confinement, manque de volumes en pommes et poires, mais sinon envolée en termes de volumes sur les autres produits, plus calme sur le début de semaine, envolée de certains prix mais retour à la normale ce matin. Peu de visibilité, avançons au jour le jour et travaillons au mieux ensemble.

FCA : confirme la frénésie de la semaine dernière, beaux volumes de ventes, beaucoup de monde et de produits dans les rayons. Week-end assez fort en ventes et coup de frein important en début de semaine, beaucoup de magasins stockés. Prévision d'une activité normale avec quelques points supplémentaires due à la fermeture de la restauration.

CSIF : en veille sur les campagnes de fin d'année, suivi conjoncturel difficile à faire compte tenu de la nature des produits et des origines diverses

Légumes de France : Sur l'Ile-de-France, grosse inquiétude sur la situation Covid, beaucoup de parisiens ont quitté la capitale pour un confinement en province.

CR: La consommation a augmenté ces derniers jours sur les marchés de plein air en lien avec le confinement

ANEEFEL: chez tous nos opérateurs, semaine dernière très dynamique avec beaucoup de commerce, début de semaine beaucoup plus calme, notamment dans le Sud-Est. Pour le moment, peu d'impact Covid sur les entreprises (transport ou salariés).

FRUITS	
<p>Kiwi</p>	<p><u>FCD</u> : pour une enseigne par mail, bascule progressive en offre en Sungold français. Pour une autre enseigne, belle performance.</p> <p><u>BIK</u> : le marché du kiwi Hayward français débute ce vendredi 6/11, communiqué de presse jeudi 5/11 pour que la presse professionnelle couvre ce lancement de campagne, mise en place d'une nouvelle plateforme de communication présentée à cette occasion et dans les magazines professionnels de la distribution en novembre et décembre (éléments digitaux, site internet, kit PLV mis à disposition sur le site, stops rayon ou séparateurs...).</p>
<p>Raisin de table</p>	<p><u>FCD</u> : pour une enseigne par mail, grosse baisse des stocks avec demande soutenue et une fin précoce de l'offre en raisin français. Pour une autre enseigne, belle performance.</p> <p><u>AOP</u> : l'estimation de fin de campagne était prévue à fin novembre, les ventes très actives de fin de semaine ont un peu accéléré le déstockage. Stocks un peu plus faibles mais des metteurs en marché ont la volonté de répondre à la demande et à commercialiser jusqu'à fin novembre. Pour d'autres, la campagne sera écourtée par la réduction des stocks, et certains auront terminé au 10 novembre. Qualité toujours belle avec les sorties de raisin frigo.</p>
<p>Poire</p>	<p><u>FCD</u> : pour une enseigne par mail, offre large en poires françaises et de qualité avec bonne demande en magasins. Pour une autre enseigne, belle performance.</p> <p><u>FNPE</u> : dans le Sud-Est, campagne terminée. En Vallée du Rhône, bonne fin pour la Williams. Pour le reste, le reste du marché semble fluide.</p> <p><u>CR</u> : qualité gustative exceptionnelle en variétés d'automne.</p>

Pomme

FCD : *Pour une enseigne, belle performance. Pour une autre enseigne, manque de volumes en pommes et poires en fin de semaine dernière.*

ANPP : situation particulière, les flux **pommes et poires** se sont fortement accélérés la semaine dernière, avec une estimation autour de +20 à +30%. Il y a bien sûr la reprise des collectivités après les vacances, mais surtout l'anticipation du confinement dans la distribution. Le confinement semble plus souple, comment va réagir le consommateur dans ses comportements de fréquentation et d'achats ? Il est important d'écouter l'aval pour savoir comment se passe cette semaine, d'avoir les infos Panel pour faire la part des choses entre la mise en place et la réelle consommation des ménages. Si cette demande se confirme, et au vu de la récolte modérée en France, le marché va s'orienter plus nettement vers la fermeté.

Sur l'exportation, lors du précédent confinement, elle avait suivi le mouvement du marché français, avec une forte accélération de la demande sur l'Europe, aujourd'hui l'exportation européenne semble à peu près normale, et en retard avec une activité modérée sur les Pays Tiers.

Quelques interrogations sur les prix plus élevés cette année : l'offre est très déficitaire de l'ordre de 30% cette année d'où une orientation pour une fermeté des prix nécessaire. Merci aux distributeurs de communiquer sur la justesse du prix payé pour une offre française déficitaire cette année. N'hésitez pas à garder un contact actif avec les AOP.

FNPE : confirme l'engouement pour anticiper le confinement, puis un ralentissement en début de semaine. Les ventes ont ralenti, et prix soutenus dans certains secteurs.

CR : le marché en **pommes et poires** va, les prix sont un peu plus hauts, mais ont tellement été bas ces dernières années. Souhaite que ces prix corrects durent jusque la fin de saison.

ANEFFEL : une frilosité à l'export, notamment pour la problématique des assurances-crédit. Pas trop d'effet du boycott ressenti avec tendance à l'apaisement.

LÉGUMES**Endive**

FCD : pour une enseigne par mail, toujours des coupures en livraison avec un marché hyper tendu en amont sur volumes dispo. Pour une autre enseigne, alerte sur le niveau tarifaire important de l'endive.

APEF : depuis quelques semaines, anticipation d'une augmentation de la demande avec une offre en-dessous des normales saisonnières. Aujourd'hui, sur certaines enseignes, impossible d'honorer toutes les commandes, le marché est tendu sur l'endive. Flux tendu en fin de semaine dernière, et en début de semaine chez nos opérateurs, la demande est intense mais pas similaire pour tous. Les prix sont serrés, surtout car l'offre n'est pas au rendez-vous. En début de campagne, la demande est toujours forte, nous avons quelques promotions qu'il nous faut honorer, le maximum est fait.

ANEEFEL : nous sommes dans la continuité des précédents GT, grosse problématique de rendements, des prix assez élevés mais pas tant que ça, pleine transition entre l'ancienne et la nouvelle récolte. Forte demande sans parler du confinement, vraie problématique de volumes pour assumer nos engagements. Respect des engagements pris, le reste du volume se dispatche entre les clients non-engagés. Fin de semaine dernière : la demande a été de 30 à 40% supérieure à ce qui était prévu sur les départs à partir de jeudi, vendredi, samedi, impossible de servir tout le monde, l'arbitrage s'est donc fait par le prix. Réel manque de racines, 60% de récolte encore au champ (alors qu'habituellement sur la période, c'est 30 à 40% de la récolte au champ), travail sur des prévisions de commandes sur 3 à 4 semaines en fonction des engagements prix et un peu de marché libre. Mais il faut 3 semaines pour forcer les racines. Il est donc impossible de répondre à la demande subite liée au contexte actuel.

Manque de compréhension de la part de certains clients sur les prix, qui ne comprennent pas qu'avec le manque de produit, nous devons un peu relever les prix. Forte augmentation des coûts de production : avec le Covid, faiblesse des rendements, produit difficile à travailler. Sur sept.-oct., les rendements sont estimés à 50% inférieurs à la normale, les prix même à 30 ou 40 centimes au-dessus du prix N-1 ne compensent absolument pas le manque de rendements. Aujourd'hui, le niveau de rémunération est autour de 2 euros pour les producteurs, prix en relation avec la faiblesse des rendements actuels. Il y a un réel déficit. Importance de rémunérer les producteurs
Vision réelle du potentiel « racines » pour la fin de saison d'ici un mois.

Ce n'est pas l'effet confinement qui provoque chez nous un manque de produit, c'est la conjugaison d'un réel manque de produit et d'une forte demande.
Inflation un peu artificielle de jeudi/vendredi/samedi derniers, et de très gros départs en promotion sont envisagés sur la fin de semaine.

FCA : des rayons se sont vidés en quelques heures, cela n'est pas seulement de l'anticipation mais des ventes réelles (+50%/+80% dans les magasins, records sur le Drive).
Obligation de faire des commandes pour faire des réassorts dans les magasins. Comprend l'impact sur la production.

ANEEFEL : comprend la demande forte mais il est important que la distribution comprenne les contraintes à la production.

<p>Carotte</p>	<p><u>AOP</u>: Rapide point sur la situation du marché carotte semaine 44 et début semaine 45. En production, qualité correcte, rendements moyens à bons, un peu de gros calibres. Sud-Ouest : pas de problème d'arrachage. Normandie : difficulté arrachages avec la pluie. Côté marché, fin de semaine 44 très active (jeudi et vendredi), fortes demandes de la GMS. Baisse samedi et calme plat lundi et mardi de cette semaine 45. Des stocks ont été constitués mais la consommation n'a pas suivi. L'anticipation était sans doute difficile pour les GMS mais il est vrai que les fortes sollicitations de la fin de semaine passée ont pu entraîner des surcoûts à la charge des fournisseurs pour tenir le rythme.</p> <p><u>FELCOOP</u> : confirme les problèmes météo sur certains bassins qui perturbent les récoltes en carotte.</p> <p><u>FCD</u> : <i>pour une enseigne</i>, le marché se porte bien, forte évolution des volumes sur la semaine dernière. Pas de baisse des ventes, et des sorties non négligeables en début de semaine, peut-être que le rafraîchissement des températures annoncé explique cela.</p>
<p>Salade</p>	<p><u>FCD</u> : <i>Pour une enseigne</i>, en progression.</p> <p><u>Légumes de France</u> : jeunes pousses et mâche, début de saison, difficultés liées à la météo, beaucoup de pluie et nuits fraîches entraînant un manque de produits. Sur la salade, difficultés en Bretagne avec fortes pluies et champs détrempés.</p> <p><u>CR</u> : manque de salade sur le Sud-Ouest, pas de jointure entre le plein champ et la serre. Des manques, dans une moindre mesure, en épinards et en mâche.</p>
<p>Tomate</p>	<p><u>FCD</u> : <i>pour une enseigne par mail</i>, en tomates de France, marché ferme en grappe et baisse de l'offre en petite segmentation. <i>Pour une autre enseigne</i>, en progression.</p> <p><u>Légumes de France</u> : fin de période de production, les volumes baissent fortement. Marché équilibré avec des prix corrects pour la tomate française.</p> <p><u>ANEEFEL</u> : fin de saison en tomates, deux dernières semaines hyper favorables, peu d'offre et une bonne demande.</p>
<p>Concombre</p>	<p><u>Légumes de France</u> : inquiétude sur augmentation de l'import, souhait de privilégier les produits français tant qu'il y en a.</p>
<p>Chou-fleur</p>	<p><u>FCD</u> : <i>pour une enseigne par mail</i>, en chou-fleur, hausse des volumes avec météo douce depuis 10 j en Bretagne. <i>Pour une autre enseigne</i>, alertes sur le chou-fleur (météo et mévente).</p> <p><u>Légumes de France</u> : transition automne-hiver, avec montée des volumes. Cette situation de prix anormalement bas est liée à l'augmentation de volumes.</p>
<p>Brocoli, artichaut, aubergine, radis</p>	<p><u>Légumes de France</u> :</p> <p>En radis, manque de produits.</p> <p>Brocoli et artichaut : fin de production en Bretagne. Prix à la baisse et concurrence espagnole sur le brocoli.</p> <p>Aubergine : inquiétude sur augmentation de l'import, souhait de privilégier les produits français tant qu'il y en a.</p>

Poireau

FCD : *pour une enseigne par mail*, Grosse demande en poireau avec apports en hausse et inflation des cours.

FELCOOP : confirme les problèmes météo sur certains bassins qui perturbent les récoltes en poireau.

Communication Interfel – pour information

Campagne en cours et à venir

Frutti et Veggi fêtent l'automne (28/09 au 04/12)

4 produits mis en avant : *poire, ananas, chou-rouge, poireau.*

Les actions de communication sont multicanal : animations en RHD, spot TV, événement presse (respectant les mesures sanitaires), contenus pour enfants grâce à un partenariat avec Hellokids (http://fr.hellokids.com/c_61959/concours/frutti-veggi-fetent-l-automne), contenus digitaux. Supports de communication mis en ligne à partir du 28/09/2020 : <https://www.materiel-interfel.com/>

Cuisinés maison - Hiver (09/11 au 20/12)

8 produits mis en avant : ananas, pomme, kiwi, clémentine, pomelos, poireau, endive, carotte,

Les actions de communication sont multicanal : affichage urbain + métro, insertion presse, social media (partenaire Demotivateur et Minute Buzz), animations point de ventes (à confirmer, CF contexte), valorisation dans la newsletter et actions digitales (diffusion recettes, jeu concours, contenus autour de la campagne).

Supports de communication mis en ligne à partir du 09/11/2020 : <https://www.materiel-interfel.com/>

Actions digitales (réseaux sociaux, [Facebook](#) et [Instagram](#))

Contenus ponctuels/ Fil rouge

03/11 : châtaigne – format « mieux consommer »

06/11 : Menus*

08/11 : focus produit : carotte

Frutti et Veggi fêtent l'automne

04/11 : vidéo diet – recette ananas

* Contenu du panier mis en place avec le réseau des diététiciens en semaine 46



Les produits sélectionnés qui seront mis en avant la semaine prochaine seront : Pommes, Oranges, Citrons, Poires, Kiwi, Raisin, Ananas, Clémentines, Noix, Carottes, Champignons de Paris, Potimarron, Choux verts frisés, Mâche, Chou-fleur, Choux type pak choï, Salade verte, Brocoli, Poireaux, Blettes, Betterave crue, Chou rouge, Oignons, Courge spaghetti, tomate et potiron.

Détail des menus associés disponible au lien suivant dès ce vendredi : <https://www.lesfruitsetlegumesfrais.com/page/un-panier-de-fruits-et-legumes-une-semaine-de-recettes>

Nous vous incitons à repartager les contenus sur vos propres comptes sur les réseaux sociaux pour augmenter leur visibilité et leur diffusion.

AUTRES POINTS**Adaptation du GT avec le reconfinement**

- ⇒ Chaque mercredi matin, une cellule de crise / COPN suite au re-confinement aura lieu à partir du 4 novembre.
- ⇒ Vues les incertitudes actuelles et en lien avec la cellule de crise, le GT Suivi de marché se réunira la semaine prochaine le 10 novembre et décidera d'un éventuel retour à une réunion à nouveau hebdomadaire.
- ⇒ Par ailleurs, Interfel se remet en veille sur le suivi des données de consommation (Panel Consommateurs Kantar et Panels distributeurs) et apportera des compléments sur le tableau de bord sur les comportements d'achats et sur les prix.

Echange sur les produits essentiels/non essentiels en GMS

ANPP : En lien avec l'imbroglio sur ce qui est essentiel ou pas dans un magasin, les distributeurs se voient avec la nécessité de faire leur CA quasi exclusivement sur toute la partie alimentaire. Quelle visibilité sur la fréquentation dans les magasins dans les prochains jours et prochaines semaines ?

FCA : on essaie de comprendre ce qu'est un produit essentiel. C'est la panique dans les magasins, notamment dans les petits, impossible d'empêcher l'accès à des rayons, retrait des produits pour les mettre en réserve. Et du coup on ne s'occupe pas trop de l'alimentaire pendant ce temps. Difficile de prévoir la fréquentation donc, il y aura plus d'activité sur l'alimentaire (avec report de la RHD) mais cela risque de ne pas être des progressions aussi importantes qu'au printemps, car il y a plus de monde sur les routes, dans les rues, qui travaillent.

FCD : confirme les difficultés.