

Participants	
GEFeL	Astrid Etevenaux Patrick Groualle Vincent Guérin Frédéric Le Vigoureux
FNPF	Florie Candat
Légumes de France	Tiphaine Parthenay
COORDINATION RURALE (CR)	Céline Roumieux
ANEFEFL	Philippe Dupont Barnabé Viala
UNCGFL	Yves Mustel Frédéric Stéfani
FCD	Victoire Cassagnol Sophie Malinas
FCA	Christophe Bonno
FAM	Raphaël Bertrand Nathalie Gallon Tassadit Lefki Marie-Agnès Oberti Nollan Puget
SSP	Roselyne Trauchessec
CTIFL	Pascale Vibert
INTERFEL	Dragana Miladinovic Pauline de Jerphanion Cécilia Céleyrette Coralie Mialon Olivier Ayçaguer Sophie Pedrosa Aurélie Huet
Excusés	Adeline Gachein François Viguier Emilie Sabourin Philippe Matecki Jeff Mahintach

Indicateurs de marché du RNM :	Le chou-fleur est en situation de crise conjoncturelle depuis 7 jours ouvrés, la laitue d'hiver et la noix sont en seuil d'information.
Synthèse du Baromètre aval :	prochaine publication le mardi 15 décembre
Echanges.....	2
Multiproduits.....	2
FRUITS	3
Kiwi	3
Pomme.....	3
Poire	4
Clémentine	4
Kaki	4
Fruits exotiques	4
(ananas, mangue citron vert, petits exotiques dont litchis..).....	4
Raisin.....	4
LÉGUMES	5
Poireau	5
Endive.....	5
Carotte.....	6
Salade, mâche et jeunes pousses.....	6
Chou-fleur.....	6
Navets, vieux légumes	7
Communication Interfel – pour information	8
AUTRES POINTS	10
Actions spécifiques communication de crise sur les produits festifs en fin d'année	10

Prochaine réunion :
Mardi 15 décembre 2020 à 15h00

Echanges

Multiproduits

(voir pages suivantes détail par produit)

UNCGFL : semaine dernière toujours assez morose, -7 et -8% sur le marché de gros, de -30 à -40% pour les GASC.

Sur les marchés de plein vent, rétrécissement linéaire avec le retour des commerces non alimentaires, les commerçants ont donc réduit la gamme. Le fruitier s'en sort plutôt bien et tire son épingle du jeu, semaine assez calme,

Restauration scolaire : activité très irrégulière, plutôt amorphe, restauration santé/sociale toujours dynamique

Ventes en progression sur le segment GMS par rapport à la même semaine l'année dernière.

FCD : Les ventes de la semaine dernière toujours impactées par la fermeture des rayons non-alimentaires. Globalement, la perte du chiffre d'affaire sur les hypermarchés est compensée par les formats Drive et supermarché, ce qui permet une belle progression des volumes du rayon F&L avec une baisse constatée des prix moyens. Sur les légumes, léger retard sur la gamme pot-au-feu, belles performances sur l'avocat.

Pour une première enseigne, activité toujours pénalisée par la fermeture des rayons non alimentaires, baisse des volumes. Bonne dynamique en agrumes et en fruits exotiques. Sur le légume, bonne dynamique au niveau des champignons, chou, endive, avocat.

Pour une deuxième enseigne, par mail : « Bons résultats sur novembre 2020 avec débits magasins au rendez-vous et hausse du panier moyen en FL. Les clients sont à la recherche des nouvelles saveurs d'automne même si la météo hivernale n'était pas au rendez-vous car météo trop douce qui a freiné les ventes d'agrumes et de pommes et de la gamme pot-au-feu (carotte/poireau/etc). »

FCA : rayon F&L dynamique à la fois en volumes et en chiffre d'affaire.

Toujours bien d'avoir des affiches en magasin notamment pour **théâtraliser les produits de saisons** (Kiwi, légumes à pot-au-feu, les fruits exotiques pour demain). Il faut que les opérateurs nous sollicitent là-dessus.

FRUITS	
<p>Kiwi</p>	<p><u>UNCGFL</u> : marché plutôt calme, malgré un fruit gustatif bon aussi bien en français qu'en import.</p> <p><u>FCD</u> : Kiwi français se met en place progressivement dans toutes les enseignes. Pour une <i>enseigne</i>, kiwi français présent depuis quelques jours, nous avons attendu un bon taux de Brix, bonne sortie sur ce produit.</p> <p><u>FCA</u> : bonne mise en place avec une qualité au rendez-vous, très bon démarrage du kiwi français.</p> <p><u>BIK (par mail)</u>: La campagne du kiwi français se lance ce début décembre. Les volumes d'expédition sont croissants.</p> <p><u>FNPF</u> : tout début, car kiwi néo-zelandais encore bien présent, attente de la mi-décembre pour l'installation du 100% français.</p>
<p>Pomme</p>	<p><u>UNCGFL</u> : les prix sont stables, mais les ventes sont plutôt calmes, plus de difficultés en petits calibres, car moins de clients RHF-petits calibres.</p> <p><u>FCD</u> : difficultés sur la pomme avec une météo peu favorable mais qui devrait se dynamiser avec l'arrivée du froid. <i>Pour une première enseigne</i>, « ventes irrégulières en pommes de France (malgré l'arrêt précoce de l'offre en raisin et prune), ouf le froid arrive cette semaine ! ». <i>Pour une deuxième enseigne</i>, arrêt de consommation, voire même régression, marché compliqué.</p> <p><u>ANPP</u> : Décembre est un mois traditionnellement plus creux pour la pomme et la poire. Cette baisse de consommation intervient normalement plus tard dans le mois, mais l'aval semble dire que nous arrivons déjà dans ce creux. Espoir que cette météo plus froide relancera l'activité sur les fruits à pépins.</p> <p>En termes de flux sur les expéditions, le marché français apparaît stable à un niveau normal. Sur l'export, stable mais à un niveau un peu trop faible, manque l'activité des pays tiers pour pouvoir équilibrer l'activité. Sur le marché français : importance de la demande en pré-conditionné. La gamme est au plus large avec des variétés Clubs qui créent de l'activité et donnent de la saveur aux ventes.</p> <p><u>FNPF</u> : marché normal avec des secteurs plus calmes, les variétés Clubs ont l'air de pousser le marché. On note une certaine déception par rapport au 1^{er} confinement, cela ressemble à une année normale. Sur les marchés, comme certains commerçants sont revenus ce week-end, les ventes se seraient mieux passées, car marchés plus attractifs. Pour la restauration collective, perte car certaines branches fermées.</p>

<p>Poire</p>	<p><u>UNCGFL</u> : ventes stables sans beaucoup d'engouement, alerte sanitaire sur la poire de Belgique (défaut d'analyse).</p> <p><u>FCD</u> : <i>pour une enseigne</i>, « bonne mise en marché des poires de France avec une offre plus importante en petits calibres mais de qualité ».</p> <p><u>ANPP</u> : activité jugée normale, hétérogène selon les stations. Marché correct, avec une concurrence plus accentuée de la Conférence de l'Europe du Nord, présence de l'Abate italienne (plus marquée en comparaison à l'année dernière où elle était très faible).</p> <p><u>FNPF</u> : plutôt positif, certains vendent plus que ce qu'ils ont par rapport à d'habitude.</p>
<p>Clémentine</p>	<p><u>UNCGFL</u> : toujours très compliqué avec des prix espagnols très bas, dus au problème de qualité suite aux importantes pluies en Espagne, consommation inférieure à N-1 avec des prix plus bas.</p> <p><u>FCD</u> : Belle progression en agrumes et en clémentines. <i>Pour une enseigne</i>, « ventes en hausse en petits agrumes avec clémentine de Corse avec des conditions météo meilleures pour la récolte et la qualité. »</p> <p><u>FCA</u> : mise en avant de la clémentine corse.</p>
<p>Kaki</p>	<p><u>UNCGFL</u> : grosses difficultés qualitatives suite aux pluies diluviennes en Espagne, souhait de remonter le prix, mais cela ne remonte pas.</p>
<p>Fruits exotiques (ananas, mangue citron vert, petits exotiques dont litchis...)</p>	<p><u>FCD</u> : <i>pour une enseigne</i>, « les préconisations de volumes pour la gamme exotique de Noël ont été données aux fournisseurs pour réserver le fret aérien et bien nous servir. »</p> <p><u>FCA</u> : Alerte pour la fin d'année sur les fruits exotiques avec certains freins de la part des chefs de rayon. Demande d'une note pour confirmer que les fruits exotiques seront là, il n'y aura pas de problèmes autour du fret et qu'il faut consommer du festif pendant les fêtes de Noël.</p> <p>⇒ Proposition d'envoyer une Info-filière après validation par la CSIF : message de réassurance des professionnels sur la disponibilité de fruits exotiques, et plus globalement des produits festifs pour les fêtes de fin d'année.</p>
<p>Raisin</p>	<p><u>UNCGFL</u> : diminution de l'offre, le peu qui reste se vend bien mais manque de produits.</p> <p><u>FCD</u> : fin précoce, offre très réduite et d'import.</p>

LÉGUMES	
Poireau	<p><u>FCD</u> : <i>pour une enseigne</i>, « un marché stable mais de qualité avec une météo trop douce pour doper les ventes. » <i>Pour une autre enseigne</i>, bonne dynamique au regard du froid, bonne demande, prix revus à la hausse.</p> <p><u>AOP</u> : situation compliquée semaine dernière, début de semaine triste et réveil en fin de semaine. Quelques centimes de plus, mais marché à la baisse ce matin. Malgré le temps frais, début de cette semaine compliqué, prix de saison avec une activité assez peu dynamique malgré le froid. Les producteurs sont à jour, situation sereine, mais conjoncture pas simple qui contrarie toute la dynamique.</p>
Endive	<p><u>UNCGFL</u> : prix en forte baisse (remontée de perte de l'ordre de 1 euro en une semaine) et ventes moins actives, c'est à n'y rien comprendre !</p> <p><u>FCD</u> : <i>Pour une enseigne</i>, « offre stable en volumes et bonnes dynamiques ventes en magasins malgré une météo trop douce. »</p> <p><u>APEF</u> : jusqu'à 3/4 semaines passées, les volumes étaient difficiles et irréguliers. Aujourd'hui nous sommes maintenant en pleine campagne, rendements nécessaires pour approvisionner et entrer en campagne d'hiver. Approvisionnement relativement fluide pour les prochains mois avec une qualité au rendez-vous, plutôt prometteur. Comme pour tous les autres produits, les températures fraîches apportent un peu plus de dynamisme. Le segment de marché de gros un peu plus dynamique cette semaine sur le produit que les dernières semaines.</p> <p><u>ANEFEFEL</u> : marché un peu plus équilibré depuis une semaine, la demande hors promotion est relativement calme, les engagements pris il y a quelques semaines permettent de soutenir le marché. Offre croissante avec un retour quasi-normal des rendements en production, même si quelques problèmes sur des lots. Prix expédition inférieur pour la même semaine par rapport à l'année dernière. (les aléas climatiques subis tous les ans désorganisent fortement l'offre). Les nombreuses mises en avant sont les bienvenues pour faire baisser un peu les niveaux de prix et rendre le produit plus accessible à tous, mais il ne faut pas déstabiliser les enseignes qui se sont engagées (prospectus et spots radios). Le marché s'est rééquilibré avec des qualités satisfaisantes, on note un déficit de production sur la jeune pousse d'endive, qui connaît un bel engouement, légère amélioration pour la prochaine semaine avec des lots propices aux barquettes.</p> <p>Petite alerte fin d'année : taux d'engagements importants sur les semaines 51-52-53 et 1, risque de fortes difficultés à faire des départs semaine 53, très peu de production, difficultés d'expédition sur les samedis 26/12 et 02/01.</p> <p>Sur la friseline : entrée en production, les volumes vont arriver.</p>

<p>Carotte</p>	<p><u>FCD</u> : pour une enseigne, « un marché stable mais de qualité avec une météo trop douce pour doper les ventes. » Pour une autre enseigne, marché assez actif, volumes présents.</p> <p><u>FCA</u> : Des difficultés sur les carottes et légumes à pot-au-feu, non équivalent à des ventes de l'époque.</p> <p><u>AOP: Production</u> – les récoltes se passent bien avec une météo clémente, pas de problème de qualité, les calibres sont adaptés à la demande. Bonne période pour la production. Marché – les opérateurs ont constaté une bonne reprise de l'activité sur la fin de semaine dernière. La demande se réveille avec l'arrivée des températures plus fraîches.</p>
<p>Salade, mâche et jeunes pousses</p>	<p><u>FCD</u> : Suite aux alertes du suivi de marché, nombreuses mises en avant (NL interne, spots radios enseignes) pour la famille salade qui permettent de belles ventes. Pour une première enseigne, « un marché plus dynamique avec report des ventes de l'endive; marché tendu en jeunes pousses sur bassin nantais cette semaine. » Pour une deuxième enseigne, dynamisation des salades pour booster les volumes présents en production.</p> <p><u>FCA</u> : travail sur la salade.</p> <p><u>Légumes de France</u> : situation toujours très morose, toujours de forts volumes en raison des températures très douces et une consommation faible, conjuguée à la baisse de la fréquentation en GMS pendant ce confinement, merci aux enseignes qui ont dynamisé leur vente. La situation est également liée à l'empilement des offres plein champ et sous abri et au report des marchandises destinées à la RHD vers le frais d'où quantité importante de produits. Les températures fraîches ne se ressentent pas sur l'offre, il faudrait -10°C, pour que cela ait un impact.</p> <p>Prix payé aux producteurs toujours très bas. Dons, mais aussi destructions de salades adultes, et encore plus en mâche et jeunes pousses. Demande de renouvellement de soutien sur ces produits qui ont beaucoup de mal à s'écouler, destruction de 50% en mâche (production hebdomadaire de 1000 tonnes, alors qu'en 2019 la production était de 500 tonnes).</p> <p>Attention à la présence de mâche belge chez certains grossistes et revendeurs...Merci de privilégier l'offre française !</p> <p><u>ANEEFEL</u> : confirme la situation très compliquée en salade</p>
<p>Chou-fleur</p>	<p><u>Légumes des France</u> : en crise conjoncturelle, surtout dans la zone de production de Bretagne. La production avait pris du retard en récolte en septembre (temps sec). Avec les températures douces, la production avait rattrapé son retard, et a pris 10 jours d'avance. Pays-Bas et Belgique ont également une fin de saison accélérée, l'Italie aussi. Ces volumes élevés font que le prix moyen payé aux producteurs a beaucoup baissé, espoir d'un rééquilibrage du marché avec des températures plus fraîches cette semaine.</p>

**Navets,
légumes
anciens**

FCD : pour une enseigne, ralenti en navet, et en légumes anciens.

AOP : Sur le navet : activité plutôt en baisse. Demande à l'aval les raisons.

FCD : exact, tous les critères sont réunis, pas de décalage de promos, donc pas d'effet économique qui aurait pu influencer. Alors que la météo inciterait plutôt à la consommation de ces légumes, cela ne s'est pas concrétisé.

FCA : confirme la faiblesse, il faut réveiller les ventes sur ces produits d'hiver par rapport au froid annoncé. Soupe et pot au feu au menu !

⇒ **Prise en compte de ces éléments sur les légumes d'hiver dans les actions de communication Interfel (actions digitales et menus)**

Communication Interfel – pour information

Campagne en cours

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/>

Dispositif d'influence « Chefs » (10/11 au 21/12)

Dans le cadre de Cuisinés maison hiver, ce dispositif s'articule en 3 temps :

- 1. Partenariat Cyril Lignac (10/11 – début décembre)**
Dans le cadre de Cuisinés maison hiver, nous mettons en place un partenariat jusqu'à début décembre avec une dizaine de recettes live sur Instagram avant la reprise de son émission Tous en Cuisine sur M6. Les produits valorisés seront ceux de la campagne + châtaigne, poire et litchi. Cyril Lignac postera des photos recettes ou produits avec les mots #jecuisinemaison #avecnosfruitsetlegumes #homemade
- 2. Partenariat avec des influenceurs (23/11 au 07/12)**
5 influenceurs, sur Instagram vont réaliser et mettre en avant nos recettes et nos produits à travers une publication et une story avec les mots #jecuisinemaison #avecnosfruitsetlegumes #homemade
- 3. Portage d'un panier de fruits et légumes frais (14/12 au 27/12)**
Portage opportuniste auprès de chefs influents pour la réalisation des recettes de Cuisinés maison ainsi que des produits exotique.

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

Contenus Fil rouge

01/12 : calendrier de fruits et légumes : clémentine, céleris, litchis, courges, endives, kiwi, poireau, fruits exotiques, châtaigne, salade, noix, chou-fleur
02/12 : newsletter grand public (25 000 contacts, inscription sur www.lesfruitsetlegumesfrais.com/) avec 3 recettes ([Gâteau moelleux à la clémentine](#), [Rôti de porc laqué à l'ananas](#), [Tarte fondante au pomelo](#))
04/12 : menus*
07/12 : focus produit litchi

Cuisinés Maison Hiver

30/11 : quizz cherté
30/11 : vidéo minute buzz – réalisation d'un hachis Parmentier de carottes avec Melha (humoriste) et le Chef Merouan
02/12 : jeu concours - pomme, ananas, poireau, kiwi, endives, clémentines, pamplemousse
03/12 : démotivateur food - recette endive
04/12 : vidéo diet – pomme, noix, carottes, betterave, épinards, endives, orange, champignon, potimarron, poire

06/12 : recette cuisinés maison clémentine

07/12 : quizz

* Contenu du panier mis en place avec le réseau des diététiciens en semaine 50



Les produits sélectionnés qui seront mis en avant la semaine prochaine seront : Citron jaune, Citron vert, Orange, Pomme, Kiwi, Ananas, Clémentine, Oignon, Endive, Carotte, chou vert frisé, champignon de paris, mâche, poireau, navet

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.

A venir :

Menus de fête Décembre 2020

5 produits mis en avant : **ananas, clémentine, châtaigne, litchi, kiwi.**

Les diététiciens d'Interfel vont élaborer des menus destinés aux fêtes (24/25 décembre et 31 décembre/1^{er} janvier) incluant ces produits. La diffusion sera faite durant la première semaine de décembre pour donner des idées de menus lors de la préparation des fêtes. La **noix** sera également ajoutée dans les menus.

AUTRES POINTS**Actions spécifiques communication en fin d'année**

La demande de mise en place d'actions de communication de crise formulée lors du GT du 17/11 a été réorientée en COPN le 18/11 vers des actions de communication complémentaires au dispositif actuel (Cuisinés Maison Hiver). Une demande de cofinancement a été faite auprès de FranceAgriMer.

Grandes lignes du dispositif à venir :

- plan media 100% radios classiques pour inciter les auditeurs à acheter et consommer nos produits en cette période de fêtes de fin d'année (écriture des scripts en cours)
- Stratégie média choisie : aller acheter sur les radios les plus puissantes et les plus affinitaires pour toucher notre cible, prises de paroles positionnées sur les blocs WE dits étendus (du mercredi au samedi); pour être au plus proche des actes d'achats.
- Démarrage prévu le **16 décembre prochain** sur 3 semaines consécutives, dans l'hypothèse d'un cofinancement de FAM à hauteur de 50%.

Cette action radio a été pensée en complémentarité des actions déjà prévues, notamment avec la campagne « Cuisinés maison » où certains canaux ont déjà été préemptés (affichage urbain, affichage métro, sponsoring sur TF1 et M6, préemption de presse écrite, actions en points de vente au travers des animations, supports de communication mis à disposition des acteurs de la filière sur la [plateforme matériel](#)).

⇒ ***un support avec le détail des actions et une info-filière seront diffusés une fois le dispositif finalisé sur l'ensemble du dispositif.***