

Participants	
GEFeL	Astrid Etevenaux Patrick Groualle Vincent Guérin Yann Le Cunff Frédéric Le Vigoureux Emeline Vanespen
BIK	Adeline Gachein
FNPF	Florie Candat
Légumes de France	Tiphaine Parthenay
Coordination rurale	Jean-Louis Ogier
ANEFEEL	Grégory Solanas Barnabé Viala
FCD	Victoire Cassagnol Jeff Mahintach Philippe Matecki
FCA	Vincent Martin
SSP	Roselyne Trauchessec
CTIFL	Catherine Baros Pascale Vibert
DGPE	Ludovic Spengler
FAM	Raphaël Bertrand Nathalie Gallon
INTERFEL	Dragana Miladinovic Coralie Mialon Olivier Ayçaguer Jeanne Laversin
Excusés	Frédéric Stéfani Yves Mustel

Indicateurs de marché du RNM : La laitue d’hiver est sortie de crise conjoncturelle le 10 mars après 23 jours ouverts et la noix est affichée en seuil d’information depuis plusieurs semaines, voire plusieurs mois (tensions sur le marché export).
Synthèse du Baromètre aval : Il volète dans l'air comme un parfum de printemps. Fraises et asperges sont déjà plus présentes sur les étals. L'offre fait encore un peu défaut pour ces produits mais devrait maintenant se renforcer. Elle s'étoffe déjà en tomates et concombres. La production française prend ses marques. Des mises en avant sont prévues mais les caprices de la météo inquiètent les opérateurs.
Echanges.....2
Multiproduits.....2
FRUITS3
Kiwi.....3
Pomme.....3
Poire.....3
Fruits exotiques (agrumes, mangue, avocat)4
Fraises4
LÉGUMES5
Poireau.....5
Endive.....5
Carotte.....5
Salade6
Asperges6
Tomate.....6
Concombre7
Communication Interfel – pour information8
AUTRES POINTS – pour information8
Etude CTIFL sur la place des productions dans les jardins familiaux8

Prochaine réunion :
Mardi 30 mars 2021 à 15h00

Echanges

Multiproduits

(voir pages suivantes détail par produit)

FCD : Pour une première enseigne, deux dernières semaines, pommes, bananes et PdT ont les mêmes évolutions : forte régression aux alentours de -10% par rapport à l'an dernier (pré-Covid l'an dernier à cette période, avec une forte affluence des consommateurs en magasins).

Pour une deuxième enseigne, activité plus difficile semaine passée, baisse de fréquentation sur tous les circuits due au couvre-feu.

⇒ **Remontée d'inquiétude sur la disponibilité de la main d'œuvre pour les récoltes des produits d'été en France (problématique de la demande de main d'œuvre étrangère).**

Interfel : éléments d'éclairage sur ce sujet pourront être apportés lors de la prochaine réunion de suivi de marché.

FNPF : va se renseigner sur le sujet pour la FNPF.

FCA : Le consommateur réagit bien aux beaux fruits et affinés.

FRUITS	
<p>Kiwi</p>	<p><u>BIK</u> : les déstockages se poursuivent sereinement, 50% de déstockage, nous sommes au milieu de la saison. La saison ne se finira pas aussi tôt qu'imaginée par certains distributeurs, l'an passé à même période, nous étions à 46% déstockage, nous sommes dans un déstockage classique de campagne, fin prévue pour mi-avril. En Vallée du Rhône : quelques stratégies d'entreprises ont fait que plusieurs opérateurs ont terminé plus tôt. Mais il y aura du kiwi français jusque mi-mai. Côté qualité : aucun problème, les chambres ouvertes sont propres et saines, belle conservation, belle qualité en sortie de frigos.</p> <p><u>FNPE</u> : le marché est bon et les cours se tiennent.</p> <p><u>FCD</u> : <i>Pour une enseigne</i>, très bonne semaine, il reste des volumes auprès de nos distributeurs et de nos producteurs.</p> <p><u>FCA</u> : RAS, barquette de 1kg, format bien relancé avec le contexte Covid.</p>
<p>Pomme</p>	<p><u>ANPP</u> : 1^{ère} partie de mars assez active, ces derniers jours sont plus calmes, toujours une faiblesse de flux vers les pays tiers, et un marché français relativement calme, mais le marché reste ferme et bien orienté, pas d'effolement car l'offre n'est pas surabondante. Petit point positif : la Golden semble trouver un peu mieux sa place sur le marché français du fait de la faiblesse de l'offre, variété la plus déficitaire cette année.</p> <p><u>FNPE</u> : le marché suit son cours, le petit froid de cette semaine semble réactiver les ventes dans certains points, écoulement tranquille, arrivée de quelques pommes de Pologne, mais le marché suit son cours.</p> <p><u>CR</u> : un marché qui n'est pas violent avec un écoulement qui se passe doucement.</p> <p><u>FCA</u> : bon écoulement.</p>
<p>Poire</p>	<p><u>ANPP</u> : dernières cartouches pour les poires françaises, une campagne qui s'est globalement bien déroulée, jugée sereine.</p> <p><u>FNPE</u> : confirme la fin, l'Abate arrive en bonne quantité.</p> <p><u>CR</u> : fin de campagne cette semaine.</p> <p><u>FCD</u> : <i>Pour une première enseigne</i>, marché dynamique mais sur la fin.</p> <p><u>FCA</u> : quelques lots en poire française avec le démarrage de l'import, une campagne positive.</p>

**Fruits
exotiques**
(agrumes,
mangue, avocat)

Pour information (Source Observatoire des marchés du CIRAD – FRUITROP) :

Le marché des **petits agrumes** se tend. En effet l'approvisionnement méditerranéen décline. Le pic d'expédition de Nadorcott espagnole est désormais passé et les arrivages amorcent une baisse. L'approvisionnement Marocain s'avère moins important que prévu. Enfin les arrivages d'Orri d'Israël restent limités suite aux intempéries en production. Ainsi le marché s'allège et les ventes se tendent.

Sur le marché de l'**orange**, le marché se tend malgré les ventes calmes. En effet, la demande ne bénéficie pas d'une euphorie semblable à celle de 2020. Néanmoins, les volumes de Lanelate/Navelate espagnole restent déficitaires tandis que ceux de Salustiana continuent de décroître. Parallèlement l'offre égyptienne s'étoffe. Enfin, la diminution des arrivages de Maltaise Tunisienne permet au marché de se redresser.

Le marché de l'**avocat** se raffermi, avec le déclin des origines d'hiver. Les exportations du Mexique et de la Colombie se réduisent significativement en raison de la baisse saisonnière. Parallèlement, les origines méditerranéennes (Espagne, Israël et Maroc) commencent elles aussi à se réduire. Les premiers arrivages du Kenya et des zones précoces du Pérou commencent à apparaître sur le marché. La demande reste fluide, sans euphorie particulière.

Le marché de l'**ananas** se tend à l'approche de Pâques. D'une part, les arrivages du géant costaricien sont encore perturbés par des retards de navires et un manque de conteneurs. D'autre part, le rythme des ventes s'accélère à l'approche de Pâques. Dès lors, une légère tension se fait ressentir pour certains calibres.

Fraises

AOP : peu de changement, une augmentation des volumes sur les principaux bassins de production (Sud-Ouest, Sud-Est et Bretagne), majorité de Gariguette avec 85% des volumes (source AOP). Rappel des actions de communication lancées cette semaine sur les réseaux sociaux, spot radio sur V-S-D, et télé.

On noterait une faible présence de fraises espagnoles pour le moment ⇒ **demande d'infos à la GD**, importante baisse de volumes a priori.

CR : premières récoltes sous serre cette semaine en région Rhône-Alpes.

Aneefel : en Sud-Est (zone Carpentras), les volumes augmentent doucement (du au manque de luminosité du mois de décembre), autant de rondes que d'allongées, mises en place prévues sur les deux variétés en semaine 12, - 20 à -30% de volumes à date dus aux mauvaises conditions climatiques de décembre. Le retard se rattrapera début avril, risque d'un regroupement des volumes en semaines 14, 15 et 16. Marché très fluide, avec beaucoup d'attentes de distributeurs et de clients (même si tout n'a pas pu être ouvert). Dès la semaine prochaine, tous les clients pourront profiter de la fraise.

FCD : *Pour une première enseigne*, marché plus compliqué avec les 15 jours de décalage, même par rapport à 2019, on constate un retard de volumes, confirme les difficultés d'approvisionnement en fraise espagnole. En fraise française, tout début, quantités en magasin mais sans atteindre le niveau de 2019 en termes de commerce. *Pour une deuxième enseigne*, Gariguette disponible et attendue en magasins avec une offre sur les bassins Bretagne et Sud-ouest, volumes assez limités sur la région de Carpentras mais une grosse attente en magasins.

Démarrage de Charlotte en offre pour la fin de semaine.

Sur l'Espagne, confirmation de volumes limités, mais plus conséquents depuis une dizaine de jours. Beaucoup de tri, nombreux dégâts avec la pluie de février sur la région de Huelva, à souligner également les problèmes de main d'œuvre avec l'effet Covid.

FCA : même dynamique que celle indiquée par la FCD, les clients sont là, une bonne qualité sur la Gariguette Label Rouge.

LÉGUMES	
Poireau	<p><u>AOP</u> : pas d'évolution, offre en-deçà de la normale pour les mêmes raisons évoquées la dernière fois. Un marché qui reste déséquilibré, avec une demande présente mais une offre insuffisante, les cours sont stables à un niveau assez correct pour la saison. Fin de campagne prévue fin avril.</p> <p><u>Aneefel</u> : poursuite d'un marché très ferme avec des prix élevés, très belle qualité.</p> <p><u>FCD</u> : <i>Pour une première enseigne</i>, volumes en baisse, sûrement liés à une demande bien présente mais une offre qui ne l'est pas totalement. <i>Pour une deuxième enseigne</i>, grosse inflation sur le cours du poireau.</p> <p><u>FCA</u> : nombreuses promotions avec une qualité correcte, même si quelques problèmes de qualité sur le bassin Nord.</p>
Endive	<p><u>APEF</u> : situation assez dégagée depuis le début de semaine (engagements et mises en avant importantes semaine dernière), permettant d'avoir une situation plus sereine pour les semaines à venir. Démarrage de mode « printemps » avec des exploitations qui vont s'arrêter progressivement. Réduction des rendements notables depuis semaine 10 avec des efforts sur l'offre. Situation pas fantastique avec une météo qui ne nous gêne pas, mais la grande question reste le potentiel confinement dans certaines régions du pays.</p> <p><u>FCD</u> : <i>Pour une première enseigne</i>, marché compliqué, nous n'arrivons pas à nous retrouver sur les belles performances connues l'année dernière. <i>Pour une seconde</i>, bonne dynamique avec de bons débouchés, des volumes encore un peu limités dus à la fermeture d'endiveries suite aux cas de Covid, limitant le travail en station.</p> <p><u>FCA</u> : soutien radio sur une de nos deux enseignes, très bonne sortie, avec un produit très apprécié et très qualitatif.</p>
Carotte	<p><u>AOP: Production</u> – une qualité contrastée, avec beaucoup de tri sur cette fin de campagne, les opérateurs du Sud-ouest finiront fin mars, en Normandie, les arrachages se terminent, quelques volumes dans certains bassins, la carotte de frigo va prendre le relais.</p> <p>Marché – semaine dernière correcte, meilleure que la semaine 9, une demande en légère hausse, les opérateurs indiquent que l'import commence avec la carotte d'Italie.</p> <p><u>Aneefel</u> : pression de l'offre moindre du fait des volumes qui diminuent, et des prix qui se raffermissent. Un début de diminution de l'offre et une qualité au rendez-vous.</p> <p><u>FCD</u> : <i>Pour une première enseigne</i>, un peu de baisse, sûrement due à des conditions climatiques peu idéales pour le produit. <i>Pour une deuxième enseigne</i>, dernière cartouche avec une offre en CE qui arrive.</p> <p><u>FCA</u> : fin de campagne, demande de cohérence dans les prix.</p>

<p>Salade</p>	<p><u>Légumes de France</u> : situation similaire au dernier suivi de marché, trop de volumes dans le Sud et peu de demande. Les producteurs sont inquiets car toujours pas de restauration hors domicile. Organisation compliquée par rapport à cette incertitude quant aux débouchés RHD. Le manque de visibilité sur la réouverture des restaurants reste la plus grosse inquiétude. Salade plein champ attendue pour mi-avril dans le Sud, et vers le 20-25 avril pour les autres régions.</p> <p><u>FCD</u> : <i>Pour une première enseigne</i>, fin de la crise conjoncturelle RNM (qui a duré 2 mois en cumulé !), volumes présents, prix corrects.</p> <p><u>FCA</u> : RAS sur la salade.</p>
<p>Asperges</p>	<p><u>AOP</u> : Production - dans le Sud-Ouest, les volumes progressent depuis le démarrage de campagne en semaine 8, en pleine production à compter de la semaine 12, dans le Sud-Est, les premiers volumes arrivent mais freinés par les températures froides et les gelées du matin, le redoux annoncé semaine prochaine devrait favoriser la pousse du produit. La verte semble plus précoce que la blanche sur ce bassin. En Val de Loire, les premiers volumes sous serre et mini-tunnels commencent, les buttages se terminent sur le plein champ. Commerce - bonne dynamique de démarrage, enthousiasme des clients, plutôt positif. Les volumes de production montent en puissance, avec un effet de succession par bassin, et seront bien présents pour Pâques. N'hésitez pas à demander les supports PLV et digitaux présents sur le site et par mail à l'AOPn.</p> <p><u>FCD</u> : <i>Pour une première enseigne</i>, grosse attente des magasins, avec une continuité de l'offre, marché positionné assez haut en termes de cours avec des volumes encore limités et pas toujours au rendez-vous pour ouvrir les lignes à 100%.</p> <p><u>FCA</u> : produit implanté, nous attendons de voir comment le consommateur réagit.</p>
<p>Tomate</p>	<p><u>AOP</u> : une bonne dynamique de marché, les volumes progressent mais plus lentement que prévu, dus à un manque d'ensoleillement en début d'année. Retard de production avec des volumes inférieurs aux prévisions. Sur la grappe, quelques ajustements des cours à la baisse, pas d'inquiétudes au vu des engagements sur 10-15 prochains jours, et ce sur tous les segments. Sur les petits fruits (cerise et cocktail), bonne dynamique qui se poursuit. Sur les côtelées, marché fluide et très bien orienté, avec des volumes qui progressent lentement. A noter, un retard sur l'offre de côtelée jaune, il n'y en a pas chez tous les opérateurs. Sur les segments « charnue et allongée », marché assez régulier et plutôt fluide.</p> <p><u>FCD</u> : <i>Pour une première enseigne</i>, RAS, tout va bien. <i>Pour la seconde</i>, bascule sur l'origine France, selon les apports et les disponibilités avec une demande grandissante sur les petits fruits.</p> <p><u>FCA</u> : lancement de campagne pour les tomates Made in France avec des ruptures sur certaines lignes et une forme d'incompréhension des magasins.</p>

Concombre

AOP : marché très porteur jusqu'ici, aujourd'hui grosse perte de vitesse et un marché très peu dynamique, en cause une précocité sur l'offre française avec des volumes importants pour la période. Cela complexifie le marché avec les premiers reports de stock chez les opérateurs, qui se conjugue avec une offre d'origine Espagne encore présente en rayon.

⇒ **Info-filière demandée pour dynamiser le marché.**

FCD : Pour une première enseigne, RAS. Pour une deuxième, bascule sur l'origine France.

FCA : en prospectus la semaine dernière, très bonne sortie.

GAMME BIOLOGIQUE

Multi- produits - bio

FCA : En bio, bonne demande, bonne dynamique en mangue à des prix acceptables pour le consommateur.

Communication Interfel – pour information

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

Contenus Fil rouge

17/03 : focus légumes – patate douce

19/03 : menus semaine

22/03 : recette produit – patate douce

26/03 : menus semaine

29/03 : mieux consommer sur l'orange (nombre de kg d'orange consommés par un ménage Français)

Début avril : début de la campagne « Cuisinés Maison Printemps »

* Contenu du panier mis en place avec le réseau des diététiciens en semaine 12



Les produits sélectionnés qui seront mis en avant la semaine prochaine seront : Poireau, Carotte, Champignon, Radis, Oignons, Avocat, Chou-fleur, Laitue, Epinard, Tomate, Endive, Asperge, Concombre, Pomme, Citron, Ananas, Poire, Orange, Kiwi et Fraise.

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 – pour information

Etude CTIFL sur la place des productions dans les jardins familiaux

Rappel de l'étude réalisée en 2019 sur l'autoproduction de tomates dans les jardins familiaux :

Constat : importance de l'autoproduction entraînant un manque à gagner pour la production.

Etude 2021 : Elargissement de l'étude à l'ensemble du potager, ainsi qu'aux plants (petits fruits) et arbres fruitiers.

Mise en place d'indicateurs pour mieux connaître l'autoproduction et les dons à partir des jardins familiaux.

Mise en place de la méthodologie, données existantes (Kantar, FAM, Val'hor...),

Phase qualitative avec création d'une communauté on-line de jardiniers fin avril : observation et analyse des potagers jusqu'à la rentrée de septembre.

Vos contacts sur cette étude :

Catherine Baros : catherine.baros@ctifl.fr

Pascale Vibert : pascale.cavard-vibert@ctifl.fr

Présentations et documents

Lancement de campagne du 12 mars : supports de présentation relayés ce jour.

Support Ctifl sur les éléments de Kantar (achats des ménages) par bassin (poids dans les achats totaux, indices volume, évolutions, sur le global gamme F&L frais)