

## Participants

### Présents :

*Co-Présidents de la Commission Economie excusés.*

FNPF	Florie CANDAT
Légumes de France	Tiphaine PARTHENAY
GEFeL	Emeline VANESPEN - Astrid ETEVENAUX - Lauriane LE LESLE - Yann LE CUNFF - Patrick GROUALLE
FELCOOP	Jean-Luc VANDEMOORTELE
ANEEFEL	Grégory SOLANAS - Sabine ALARY - Barnabé VIALA
FCD	Georges DANIEL - Victoire CASSIGNOL - Hugues BEYLER - Sophie MALINAS - Jeff MAHINTACH - Philippe MATECKI - Christophe SALLIOU
FCA	Jean-Camille LAURENT
SNIFL	David PATTE
CERAFEL	Sylvie TASSIN
FranceAgriMer	Marie-Agnès OBERTI - Raphaël BERTRAND - Nollan PUGET - Pauline CUENIN - Nathalie GALLON
SSP	Roselyne TRAUCHESSEC
MAA / DGPE	Ludovic SPENGLER
CTIFL	Catherine BAROS - Pascale VIBERT
INTERFEL	Dragana MILADINOVIC - Cécilia CELEYRETTE - Olivier AYÇAGUER - Isabelle JUSSERAND - Arnaud COURSAULT - Sophie PEDROSA - Clothilde BARDET

### Excusés :

GEFeL	Jérôme JURY - Daniel SAUVAITRE - Paul FABUREL
UNCGFL	Frédéric STEFANI
FCD	Matthieu LOVERY - Richard MERLET – Emilie SABOURIN

- I. Présentation du programme de communication d'Interfel
- II. Prévisions de récoltes des Fruits et Légumes de printemps et présentation des programmes de communication par produit

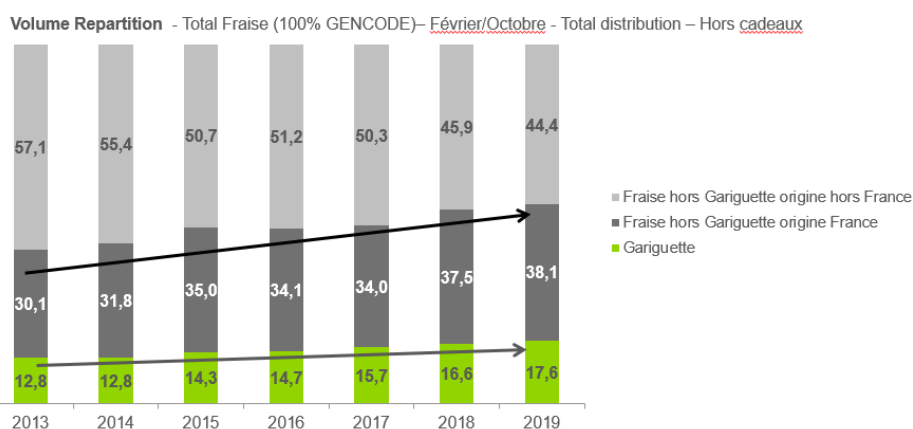
Save the date

## Synthèse des échanges

Synthèse des échanges	
<p><b><u>I.Présentation du programme de communication d'Interfel(Sophie Pedrosa et Arnaud Coursault, Interfel, Direction Marketing &amp; Communication)</u></b></p>	<p style="text-align: center;"><i>Voir support de présentation ci-joint</i></p> <p>Communication sur deux axes - présentation des actions sur le printemps :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuisinés Maison</li> <li>- la Fête des Fruits et Légumes Frais</li> </ul> <p><u>Synthèse des échanges :</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- question sur le choix des produits mis en avant.</li> </ul> <p><u>Interfel</u> : GT spécifique rattaché à la Commission Communication fait le choix des produits mis en avant dans ces actions.</p>
<p><b><u>II.Prévisions de récoltes des Fruits et Légumes de printemps</u></b></p>	<p><b><u>AOPn fraises de France (intervention d'Emeline Vanespen)</u></b> : voir support ci-joint</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Etat de l'AOPn</b></li> </ul> <p>Représentativité de l'AOPn, environ 50% de la production française.</p> <p><b><u>Relais d'information pour l'Aneefel</u></b> : démarrage de la fraise dans la zone de Carpentras il y a 15 jours environ, avec les serres chauffées. Montée en puissance des volumes à partir de la semaine 11.</p> <p><u>Synthèse des échanges :</u></p> <p><u>FCD</u> : enjeu de la production française, hausse des volumes, quel plan à un horizon de 4-5 ans ?</p> <p><u>Aneefel</u> : engagement, mais ne se fait pas dans l'immédiateté.</p> <p><u>FCD</u> : point de vigilance sur le variétal. Point d'attention aussi sur les ruptures d'approvisionnement.</p> <p><u>Interfel</u> : rappelle que le poids de l'origine France dans les achats en volume de fraise tend à progresser ces dernières années d'après le panel consommateurs Kantar (voir graphique ci-dessous), et s'établit à près de 60% des achats en volume en 2019 (sur le périmètre du préemballé – période de février à octobre) :</p>

## Evolution de la consommation de fraise en volume

- Un poids de la Gariguette en progression depuis 2013
- Un poids de l'origine France sur les autres fraises également en progression



Source : Kantar Wordpanel, février à octobre

Périmètre de l'étude : préemballé uniquement (soit 88% du marché en volume en 2019)



**AOPn tomates et concombres de France (intervention de Lauriane Le Leslé et Yann Le Cunff) : voir support ci-joint**

**AOPn asperges de France (intervention de Astrid Etevenaux) : voir support ci-joint**

**AOPn poireau de France (intervention de Patrick Groualle) : voir support ci-joint**

Synthèse des échanges :

FCD : dommage que les surfaces ne soient pas en progression, alors que la consommation se développe en poireau primeur. Tensions sur les volumes.

AOP : les 5-6 dernières campagnes de poireau primeur étaient difficiles. La précaution est de rigueur.

### A retenir

#### Premiers éléments sur les campagnes de printemps 2021 :

**Fraise** : nouvelle campagne monte en puissance dans les régions du Sud-Ouest, en Bretagne et dans le Sud-Est (zone pour laquelle les volumes devraient significativement progresser dès la semaine 12).

**Asperge** : contexte de démarrage relativement classique en termes de calendrier, les volumes d'asperges montent en puissance dans le Sud-Ouest. Les autres bassins entrent progressivement en campagne. Les volumes de production vont monter en puissance par bassin avec un effet de succession.

Ces mouvements de production sont ainsi propices pour étaler la commercialisation et permettre une consommation de mars à juin.

	<p><b>Concombre</b> : en raison de l'ensoleillement favorable à la croissance du concombre, dont a bénéficié la France ces dernières semaines, l'arrivée de la production française est plus précoce cette année et les volumes disponibles à date sont déjà importants, permettant à l'ensemble de la distribution de dynamiser les ventes dès à présent.</p> <p><b>Tomate</b> : 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.</p> <p><b>Poireau primeur</b> : zones de production : région nantaise et en juin démarrage de la Nouvelle-Aquitaine. Stabilité des surfaces. Calendrier de commercialisation de fin avril à fin juillet.</p>
--	---

## Save the date

---

- **Lancement de campagne – Eté 2021** à organiser **début mai**. Format visio.
- **Lancement de campagne – Automne-Hiver 2021 en fin septembre / début octobre** à Interfel (sous réserve de la situation sanitaire).