

Participants	
GEFeL	Astrid Etevenaux Patrick Groualle Vincent Guérin Yann Le Cunff Frédéric Le Vigoureux Emeline Vanespen
FNPF	Florie Candat
Légumes de France	Tiphaine Parthenay
ANEEFEL	Grégory Solanas
UNCGFL	Yves Mustel
FCD	Stéphane Pignot Emilie Sabourin
FCA	Vincent Martin
SSP	Roselyne Trauchessec Laurent Bernadette
CTIFL	Catherine Baros
DGPE	Ludovic Spengler
FAM	Raphaël Bertrand Nathalie Gallon Nollan Puget
INTERFEL	Dragana Miladinovic Cécilia Céleyrette Coralie Mialon Olivier Ayçaguer Aurélie Huet
Excusés	Frédéric Stéfani

Indicateurs de marché du RNM : aucun produit n'est affiché ni en crise conjoncturelle, ni en prix anormalement bas, ni en seuil d'information. **Relais RNM :** L'indicateur de la noix s'est terminé cette année le 26 mars 2021. Les cotations sont sûrement devenues insuffisantes pour calculer un indicateur. L'absence de noix en information sur les publications du RNM est donc liée à la fin du suivi du produit et non à une amélioration du marché.

Synthèse du Baromètre aval : *Le beau temps qui s'est installé et la perspective des fêtes de Pâques donnent une tonalité très printanière à cette dernière semaine du mois de mars, propice à la consommation de nombreux produits mais dont l'offre est toutefois encore un peu contrainte au niveau national mais devrait monter en puissance sur avril.*

Echanges	2
Multiproduits	2
FRUITS	3
Kiwi	3
Pomme	3
Poire	3
Fruits exotiques (agrumes, mangue, avocat)	3
Fraises	4
LÉGUMES	5
Poireau	5
Endive	5
Carotte	5
Salade	5
Champignons	5
Tomate	5
Concombre	5
Choux	6
Asperges	6
GAMME BIOLOGIQUE	6
Carotte	6
Communication Interfel – pour information	7
AUTRES POINTS – pour information	7
Main d'œuvre étrangère pour les récoltes de produits d'été	7
Etude CTIFL sur la place des productions dans les jardins familiaux – en cours	7

Prochaine réunion :
Mardi 13 avril 2021 à 15h00

Echanges

Multiproduits

(voir pages suivantes détail par produit)

UNCGFL : pour les grossistes du carreau situation active, beaucoup de demandes dans les nouveaux produits, notamment de botte, comme fraises et asperges, risque de manque de produits en tomates pour le week-end de Pâques. Marché actif +10 à +15% par rapport à la même semaine à N-1. Les beaux jours aidant, espoir d'une bonne semaine à venir. Aucun produit ne se vend pas. Tous les fruits se vendent bien, même les clémentines d'import.

FCD : *Pour une enseigne*, pas de difficultés majeures concernant les approvisionnements sur les produits de printemps, bonne qualité en légumes sur les produits de saison (asperges, concombres) avec des démarrages satisfaisants, pas d'inquiétudes, disponibilités à confirmer pour les légumes de saison sans contrainte sur le week-end de Pâques, pas de difficultés sur les fruits.

Une mise en place des produits de saison qui permet d'oxygéner la famille fruits, qui souffrait depuis quelques temps.

FCA : marché assez dynamique.

FRUITS	
<p>Kiwi</p>	<p><u>FNPF</u> : bon déroulement, niveau de prix OK.</p> <p><u>FCD</u> : <i>Pour une enseigne</i>, encore de très bonnes sorties et très bonnes ventes. <i>Pour une seconde</i>, très bonnes ventes.</p> <p><u>FCA</u> : marché assez fluide.</p>
<p>Pomme</p>	<p><u>ANPP</u> : à l'expédition, les flux sont stables d'une semaine sur l'autre sur le marché français et à l'export. Sur le marché français, l'activité est inférieure à la même période de l'an dernière, -10% d'activité par rapport à la période de confinement 2020 qui était à +30%, nous gardons donc une bonne activité. Demande satisfaisante, marché actif et ferme, pas de problème à signaler.</p> <p><u>FNPF</u> : déstockage plutôt fluide.</p> <p><u>FCD</u> : <i>Pour une première enseigne</i>, pommes et poires restent stables. <i>Pour une seconde enseigne</i>, stable en pommes-poires, de bonnes ventes en pommes sur certaines références.</p>
<p>Poire</p>	<p><u>ANPP</u> : derniers lots qui se distillent gentiment, le marché fait la place à l'importation.</p> <p><u>FNPF</u> : quelques poires Angélyls en stock.</p>
<p>Fruits exotiques (agrumes, mangue, avocat)</p>	<p>Pour information (Source Observatoire des marchés du CIRAD – FRUITROP) : pas d'informations cette semaine.</p> <p><u>FCD</u> : <i>Pour une première enseigne</i>, les agrumes sont en régression compte tenu des conditions climatiques. <i>Pour une seconde enseigne</i>, décroissance de consommation sur les agrumes.</p>

Fraises

AOP : bon démarrage de campagne, montée en puissance des volumes dans tous les bassins, pics de productions. La belle météo stimule volumes et conso, marché fluide, + de 1000 tonnes consolidées cette semaine au niveau de l'AOPn, de très gros volumes à prévoir sur les semaines 14 à 17.

Pour cette semaine pré-Pâques et une météo favorable, manque possible de produits.

Arrivée de volumes en fraises rondes (Charlotte, Murano, Mara), peu élevée pour le moment.

Plan de communication avec les spots radios en JVS, stoppé cette semaine (car WE de Pâques qui ne nécessite pas de booster la conso présente à ce moment) et reprise en semaine 14 jusque semaine 19. Kit PLV à disposition chez nos adhérents.

Aneefel : dans le Sud-Est, plus de rondes que d'allongées, montée en puissance cette semaine, plus progressivement, pas de gros à-coups, correspondant à la demande, on devrait pouvoir contenter tout le monde. En semaines 14-15-16 : pics de production attendus, il faudra mettre les bouchées doubles.

Marché très porteur, grosse demande, qualité exceptionnelle, meilleure en goût que l'année dernière, très satisfaits à ce jour, tous les voyants sont au vert.

FCD : *Pour une première enseigne*, très fort démarrage, impressionnant, les fruits sont très attendus. *Pour une deuxième enseigne*, bon démarrage pour la campagne de fraises françaises depuis plusieurs jours, étonnement sur certains prix pratiqués par certaines enseignes sur la Gariguette avec des prix jugés très bas en prix de vente, qualité sans difficulté, un peu de retard sur fraise Charlotte pour certains expéditeurs. Attente d'un complément de gamme qui devrait arriver semaine prochaine (Mara). Satisfait sur ce démarrage. L'offre française est au rendez-vous tout comme les consommateurs. Bon espoir d'avoir les volumes pour satisfaire l'ensemble des consommateurs pour Pâques.

A noter que la campagne de fraises espagnoles n'a pas permis aux consommateurs de lancer la consommation, car nombreuses complications météo.

FCA : fort dynamisme de la production française, bien en place sur les allongées, avec de forts apports de la production espagnole, qui ont un peu déséquilibré le marché semaine dernière.

LÉGUMES	
Poireau	<p><u>AOP</u> : contexte d'une offre européenne largement en-dessous de la normale (due aux difficultés climatiques et de rendement), marché bien équilibré avec prix soutenus pour la période, une production de poireau d'hiver jusque fin avril, de nombreux producteurs voient leur offre baisser d'ici 10/15 jours pour terminer leur campagne, faisant ainsi le lien avec le poireau primeur de la région nantaise attendu fin avril.</p>
Endive	<p><u>APEF</u> : depuis 15 jours, passage à un rythme estival, qui se traduit par une baisse significative des ventes de sachets, un peu de vigueur pour le vrac, les grosses exploitations ont terminé leurs campagnes cette semaine et semaine dernière. Une bonne demande, plus difficile en début de semaine, mais les arrêts sont là pour compenser l'offre et la demande.</p> <p><u>FCA</u> : marché équilibré.</p>
Carotte	<p><u>AOP: Production</u> - fin de campagne d'hiver, encore quelques carottes en Normandie, les frigos prennent le relais. Dans le Sud-ouest, les opérateurs finissent cette semaine, voire semaine prochaine pour les plus tardifs. Marché - l'offre est limitée mais la demande est assez faible</p> <p><u>FCA</u> : fin de campagne en cours avec un passage en appro frigo.</p>
Salade	<p><u>Légumes de France</u> : sur la salade d'hiver, bilan d'une saison très mauvaise, pour le Sud-Est on parle de saison déplorable catastrophique, principalement due à l'absence de débouchés export et RHF.</p> <p>Sur les salades 4^{ème} gamme de Normandie, moins de mises en place à cette période par rapport à l'an passé, espoir d'une revalorisation des contrats.</p> <p>Concernant la réouverture des restaurants : peu d'espoir avant l'été, voire à la rentrée</p> <p>Mâche et jeunes pousses : saison catastrophique, regret de trouver des produits d'import (notamment d'Italie) avec des prix plus compétitifs que la France, crainte de voir cette concurrence se pérenniser dans les mois et années à venir.</p> <p>D'une manière générale, le week-end pascal très attendu pour les autres légumes avec l'espoir d'un impact positif.</p>
Champignons	<p><u>Légumes de France</u> : marché dynamique ces derniers temps avec une hausse des ventes en barquette.</p>
Tomate	<p><u>AOP</u> : confirme les propos de l'aval avec un marché tendu, très bonne demande et une offre qui peine à monter en puissance, notamment pour les bassins Ouest et Bretagne, beaucoup d'engagements, notamment en grappe.</p> <p>Sur les petits fruits (cerise et cocktail), situation assez tendue, notamment en cocktail. Sur les côtelées, quelques apports irréguliers.</p> <p><u>FCD</u> : <i>Pour une première enseigne</i>, marché compliqué, transition complexe, les volumes sont là, mais compte tenu de la météo et le WE pascal, la fin de semaine va être compliquée, notamment en cocktail.</p> <p><u>FCA</u> : mise en place avec encore quelques volumes d'import pour compléter l'offre, mais volonté d'offrir une offre française rapidement.</p>
Concombre	<p><u>AOP</u> : une offre conséquente pour la période, supérieure à l'an passé, un marché dynamique avec de bonnes perspectives sur le week-end pascal. A noter pour ce début de semaine, encore quelques reports de stocks pour certains opérateurs de l'Ouest, mais une bonne situation à venir.</p> <p><u>FCA</u> : Concombre, production française suffisante avec un objectif 100% France.</p>

<p>Choux</p>	<p><u>Légumes de France</u> : Nord-Pas de Calais, inquiétudes par rapport au prix payé aux producteurs vraiment bas.</p>
<p>Asperges</p>	<p><u>AOP</u> : Production - <i>Sud-Ouest</i> : Les opérateurs de la Gironde Sud et des Landes sont en pleine production, la qualité et les calibres sont beaux, très peu de cat 2. La campagne démarre pour les asperges du Blayais (Gironde Nord), les volumes progressent.</p> <p><i>Sud-Est</i> : Belle progression des volumes, en avance vs. N-1. Le produit est beau. Dominance de vertes.</p> <p><i>Val de Loire</i> : Les premiers volumes proviennent des mini tunnels et sous serres. La remontée des températures devrait favoriser la pousse en plein champ. On reste sur un calendrier classique pour ce bassin qui est + tardif que les 2 précédents. Belle qualité.</p> <p>Commerce - Marché dynamique, la demande est bonne. Accélération en S12, le commerce est fluide. Bon démarrage de campagne, bonne rotation du produit et mise en marché.</p> <p>Il y a du volume en production, le produit sort de façon régulière et ordonnée. La production française peut approvisionner le marché français sans difficulté. La qualité est bonne.</p> <p><u>FCD</u> : <i>Pour une enseigne</i>, forte demande, des prix encore assez tendus.</p>
<p>GAMME BIOLOGIQUE</p>	
<p>Carotte</p>	<p><u>FCD</u> : situation compliquée, beaucoup de problème de qualité, fin de campagne française difficile. ⇒ L'AOPn se renseigne auprès de ses opérateurs pour la prochaine réunion de suivi de marché.</p>

Communication Interfel – pour information

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

Contenus Fil rouge

29/03 : mieux consommer sur l'orange

30/03 : vidéo influenceuse sur la patate douce, l'oignon et la carotte

01/04 : calendrier des fruits et légumes : asperges, concombres, radis, artichaut, épinard, poireaux, fraise, mangue, rhubarbe, kiwi, ananas, pommes

02/04 : menus malins

A venir : contenus fil rouge, cuisinés maison et nouveau site internet

09/04 : menus malins

Cuisinés maison – Printemps - 01/04 au 16/05

8 produits mis en avant : fraise, citron, salade, tomate, radis, artichaut, mangue, concombre

Les actions de communication sont multicanales : mise en ligne des recettes, affichage urbain, social media (partenaires Demotivateur et Twitch), animations point de ventes (à confirmer, CF contexte), valorisation dans la newsletter et actions digitales (diffusion recettes, contenus gestes simples et conservation...).

Supports de communication mis en ligne à partir du 05/04/2021 : <https://www.materiel-interfel.com/>

* Contenu du panier mis en place avec le réseau des diététiciens en semaine 14



Les produits sélectionnés qui seront mis en avant la semaine prochaine seront : orange, kiwi, citron, poire, pomme, ananas, fraise, endive, chou rouge, chou vert frisé, poireau, salade / mâche, carotte, champignon de Paris, tomate / concombre, chou-fleur, radis, brocoli, asperge.

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

Main d'œuvre étrangère pour les récoltes de produits d'été

Pas de difficulté pour la main d'œuvre, pas d'inquiétude pour le moment. Question sur les transfrontaliers compte tenu de la situation sanitaire.

Relais Légumes de France (suite à la réunion): « Les travailleurs frontaliers sont autorisés à franchir les frontières. Des autorisations permanentes peuvent être émises par l'employeur. Des laissez passer spécifiques sont octroyés par les autorités nationales. Il n'y a pas de réelles restrictions. »

Étude CTIFL sur la place des productions dans les jardins familiaux – en cours

Point sur l'avancée de l'étude : phase exploratoire en cours, réflexion sur le périmètre de l'étude : jardins familiaux ou élargissement aux jardins partagés et jardins ouvriers (mesures mises en place par les collectivités : objectif d'autoconsommation, interdiction de la monoculture...).

Remarques : UNCGFL : c'est dans l'air du temps, beaucoup de communes mettent en place ces jardins partagés ou ouvriers.

ANPP : trouve intéressant d'intégrer les jardins ouvriers, en termes d'autoconsommation, d'achats des ménages, cela a les mêmes effets que les jardins familiaux.

