

Participants	
GEFeL	André Graglia Alexandra Lacoste Yann Le Cunff Philippe Massardier Marion Mispouillé Magali Roux Emeline Vanespen
FNPF	Florie Candat
Légumes de France	M. Bélingier
ANEEFEL	Sabine Alary Barnabé Viala
UNCGFL	Yves Mustel
FCD	Etienne Balay Emilie Sabourin Sophie Malinas Jeff Mahintach Philippe Matecki
FCA	Vincent Martin
SSP	Roselyne Trauchessec Laurent Bernadette
CTIFL	Pascale Vibert
DGPE	Ludovic Spengler
FAM	Raphaël Bertrand Nathalie Gallon Marie-agnès Oberti Nollan Puget
INTERFEL	Dragana Miladinovic Cécilia Céleyrette Olivier Ayçaguer Coralie Mialon Jeanne Laversin
Excusés	Vincent Guérin Victoire Cassignol Patrice Bellet Frédéric Stéfani

**Indicateurs de marché du RNM :** la tomate est en crise conjoncturelle depuis 3 jours ouvrés, le chou-fleur en prix anormalement bas pour le 2<sup>ème</sup> jour ouvré, aucun produit n'est affiché en seuil d'information.

**Synthèse du Baromètre aval :** La météo du mois de mai a fortement impacté les ventes, ne permettant pas un franc lancement des campagnes de fruits d'été. Le beau temps et le changement de variétés devraient être un peu plus favorables. Les difficultés perdurent également en légumes d'été du fait d'une inadéquation entre offre et demande que le beau temps, espérons-le, pourrait également un peu aplanir.

Echanges.....	2
Multiproduits.....	2
FRUITS.....	3
Cerise.....	3
Fraise.....	3
Petits fruits.....	4
Melon.....	4
Abricot.....	5
Pêche-nectarine.....	5
Pomme.....	5
Prune.....	5
LÉGUMES.....	6
Tomate.....	6
Concombre.....	6
Salade.....	6
Asperges.....	6
Carotte.....	7
Chou-fleur.....	7
Communication Interfel – pour information.....	7

AUTRES POINTS.....8

Process Info-filière.....8

Prochaine réunion :  
**Mercredi** 9 juin 2021 à 15h00

## Echanges

### Multiproduits

(voir pages suivantes détail par produit)

FCD : Pour une première enseigne, semaine passée un peu capricieuse due à la météo toujours pas au rendez-vous, meilleur en fin de semaine avec le retour du beau temps. Espoir que la météo se maintienne et nous aide un petit peu.

Pour une deuxième enseigne, début de semaine dernière poussif, montée en puissance en fin de semaine avec le beau temps qui a bien dynamisé les produits de saison, notamment les fruits.

Pour une troisième enseigne, semaine dernière fréquentation excellente tirée par les hyper mais pas assez de fréquentation en début de semaine pour arriver au résultat de 2020.

Pour une dernière enseigne, jusqu'ici consommation et production ont été limitées par la météo, avec l'arrivée du beau temps, les produits d'été arrivent. Les produits à noyaux sous barquette ont moins bien évolué faute d'aération suffisante pendant la période humide, d'où des soucis de qualité.

Espoir que la météo se stabilise au beau et entraîne la consommation sur de bonnes tendances pour les fruits à noyaux.

FCA : voir détail par produits.

UNCGFL (par mail) : L'activité en restauration reprend doucement. La météo est très aléatoire en fonction des territoires et les seules terrasses ne suffisent pas à générer des commandes intéressantes.

Sur la restauration collective, le commerce reprend doucement avec l'abandon progressif du télétravail.

Pour les fruits à noyaux (pêches, nectarine, abricot, cerises), la saison se met difficilement en place. Les produits espagnols sont présents mais dans des quantités minimales. Les prix pratiqués en ce moment sont beaucoup trop élevés pour les collectivités.

Pour les légumes (hors asperge, tomate, concombre), la consommation est plutôt réduite, seule la salade trouve preneur.

Début de semaine dernière très compliquée en volumes vendus en raison de la météo maussade, la fin de semaine s'est améliorée avec une bonne demande sur les fruits de saison. Début de cette semaine actif avec une météo favorable, grande espérance de ventes pour la fin de semaine.

ANEFFEL :

Souligne qu'il y a cette année en cerise une forte pression des prix au niveau production et des produits d'importation, situation assez complexe. Demande de vigilance au niveau des ardoises tant sur l'origine (risque de francisation - y compris au niveau de l'amont) que sur les prix pratiqués.

FRUITS	
<p><b>Cerise</b></p>	<p><u>AOP</u>: offre qui progresse légèrement, supérieure à la semaine dernière, le beau temps joue sur la fermeté des fruits, lots actuellement très jolis. En chair ferme, secteur des Pyrénées-Orientales, Gard, Ventoux, Tarn et Garonne, Vallée du Rhône. Démarrage Burlat sur Monts du Lyonnais, une offre qui va continuer à progresser modérément. Une offre supérieure des variétés tardives à compter du 20 juin.</p> <p><u>FNPF</u> : certains producteurs Rhône-Alpes vont débiter cette semaine, malgré les volumes plus faibles dus au gel, la qualité semble bonne, on verra si les chaleurs ont un impact. Les producteurs sont assez confiants. Dans le Vaucluse et plus globalement en région PACA, les volumes sont plus faibles, et il n’y a pas de problème d’écoulement. Vigilance sur la présence de cerises d’Espagne en région Rhône-Alpes, à des prix attractifs et de bonne qualité, souvent vendues en barquette d’1 kg.</p> <p><u>ANEEFEL</u> : les variétés tardives à chair ferme démarrent et vont monter en puissance sur les différents secteurs de production.</p> <p><u>FCD</u> : <i>Pour une enseigne</i>, démarrage assez compliqué, peu de volumes, prix soutenus, gros problème de qualité sur la Burlat, attente impatiente des variétés à chair ferme. <i>Pour une autre</i>, les ventes sont bonnes, offre assez limitée avec des problèmes de qualité, et des lots assez hétérogènes, attente des Monts du Lyonnais et des variétés plus fermes. <i>Pour une troisième</i>, compliqué en termes d’appro en-dessous de nos besoins, mais pas de souci qualité. <i>Pour une dernière</i>, quelques problèmes qualité mais pas majeurs, prix limitants pour les ventes.</p> <p><u>UNCGFL</u> : peu de volumes, ventes quand même fluide mais problème de qualité attente des chairs fermes avec impatience.</p>
<p><b>Fraise</b></p>	<p><u>AOP</u> : montée des volumes en fraise ronde en Sologne (pic de production), dans les bassins Nord et en Rhône-Alpes, mais une baisse en Dordogne. Début de la remontée en Lot et Garonne et Sud-Est pour les fraises allongées, augmentation de volumes dans ces deux bassins. En Bretagne, remontée de Gariguettes prévue début de semaine prochaine. En Lot-et-Garonne, avec l’arrivée des températures chaudes, crainte de diminution des calibres, vigilance sur la qualité avec la tenue des fraises en grande surface. Deux dernières semaines de spot radio-campagne Printemps pour accompagner la remontée des fraises allongées. Prochain spot prévu pour la fraise d’été.</p> <p><u>ANEEFEL</u> : Inquiétude car le marché est beaucoup plus poussif depuis la fête des mères. Dans le Sud-Est, gros volumes de sortie, merci de faire de la place aux allongées, notamment en Ciflorette et Gariguette.</p> <p><u>FCD</u> : <i>pour une première enseigne</i>, semaine très compliquée de nombreux soucis qualité, les volumes sont restés au rendez-vous mais beaucoup de problèmes de qualité. <i>Pour une seconde enseigne</i>, volumes toujours tendus, petit bémol sur la qualité sanitaire avec l’humidité, risque de lots mis à l’écart avec une qualité qui se dégrade rapidement en rayon ou chez le client, vigilance sur ce produit. <i>Pour une troisième</i>, excellente semaine en termes de demande, nous aurions pu faire encore mieux si les volumes nécessaires avaient été présents en fin de semaine. Quelques débuts de difficultés sur des lots un peu limites.</p> <p><u>UNCGFL (par mail)</u> : Les fraises sont un peu plus consommées mais sur la restauration commerciale qui ne dispose que des terrasses. Manque de volumes en fraise française, obligation de faire d’autres origines CE, mais assez bon marché car la demande est là.</p>

## Petits fruits

AVFF: marché avec une offre française largement déficitaire par rapport à la demande.

*Framboise* : premières récoltes Sud-Est/Sud-Ouest pour les productions sous abri, arrivée des productions d'altitude d'ici 15 jours/3 semaine, besoin de soutenir les producteurs et la production française, et d'identifier une production origine France, même si elle a du mal à émerger.

Le Maroc se termine, l'Espagne d'ici 15 jours, le Portugal prenant la suite, le marché est relativement dynamique.

Ce décalage offre origine France et demande fait que nous avons besoin de nous appuyer sur une base amont/aval qui travaille de façon dynamique pour relancer la production française.

*Myrtille* : dans les Landes, démarrage fin de semaine, fin de saison pour le Maroc, l'Europe du Sud va prendre le relais.

*Mûre* : arrivée des toutes premières mûres française sur le marché avec des volumes peu significatifs, plein pic de production en Espagne et au Portugal.

*Groseille* : peu de volumes sur le marché, qui devrait rester bien orienté et dynamique, toutes premières récoltes dans les Pyrénées-Orientales.

⇒ **Info filière demandée en framboise pour annoncer le lancement de campagne en semaine 24. La FNPf souhaite également être consultée dans le cadre de l'élaboration du message d'info filière.**

FCD : Pour une enseigne, très bonne semaine aussi bien en quantité qu'en qualité.

UNCGFL (par mail) : les framboises sont un peu plus consommées mais sur la restauration commerciale qui ne dispose que des terrasses.

## Melon

AIM : Maroc : Une campagne qui se termine.

*Espagne* : La situation perdure avec des conditions météorologiques encore compliquées sur cette origine. Les niveaux d'apports sont encore en dessous des volumes habituels à cette période.

*France* : Les prévisions de la semaine passée se maintiennent. Dans le Sud-Est, les serres sont en production. Le plein champ devrait débuter sur la dernière quinzaine du mois de juin mais le manque de visibilité sur l'arrivée des vrais volumes perdure. Sur le Sud-Ouest et le Centre-Ouest, les premiers melons devraient être récoltés début juillet sur ces deux bassins mais l'arrivée des vrais volumes dépendra des conditions de cultures du mois de juin.

La météo du mois de juin sera déterminante pour l'ensemble des bassins, particulièrement pour l'arrivée des vrais volumes.

Le marché semble actif ce début de semaine du fait de la faiblesse de l'offre toutes origines confondues.

ANEEFEL : démarrage du melon de Cavaillon.

FCD : Pour une enseigne, le melon se porte bien, bascule sur l'origine Espagne, la qualité est au rendez-vous. Pour une autre, campagne de melon-pastèque bien lancée. Pour une autre, bascule sur l'Espagne, vente et conso sont lancées, marché tendu avec une offre en-deçà des besoins pour tout le monde sur les fins des semaines, avec des cours qui s'envolent et une qualité assez aléatoire compte tenu de la mauvaise météo sur certains bassins en Espagne. Pour une dernière, origine Espagne, qualité très disparate en terme gustatif.

FCA : les volumes sont bons Maroc et Espagne, en attendant la production française en juin.

UNCGFL (par mail) : les melons sont maintenant en majorité Espagnols et comme les pastèques, le temps ne s'y prête pas.

<p><b>Abricot</b></p>	<p><u>AOP</u> : tous les bassins seront en production d'ici fin de semaine, arrivée de Rhône-Alpes avec de tout petits volumes cette année pour la Vallée du Rhône à cause du gel. Début de campagne compliqué, marché qui n'est pas encore en place, très peu de sorties, très peu de ventes, les enseignes ouvrent les lignes mais c'est très lent, espoir que la météo aide à dynamiser ce marché.</p> <p><u>FNPF</u> : les prix expédition sont corrects pour ceux qui ont débuté, variété Colorado semble terminée, la moins touchée par le gel. Les producteurs sont assez confiants sur la qualité, les fruits sont bons.</p> <p><u>ANEFFEL</u> : mise en place de l'abricot français avec des choix variétaux différents selon les bassins.</p> <p><u>FCD</u> : <i>pour une première enseigne</i>, marché moyen, qui a du mal à démarrer. <i>Pour une seconde</i>, la campagne a commencé en origine France, quelques lots bons, mais généralement assez moyen au niveau gustatif, déception sur certaines variétés, lots très hétérogènes en termes de gustativité, mais la conso est en place et bon espoir que le beau temps mette les ventes au rendez-vous. <i>Pour une troisième</i>, difficile aussi bien en quantité qu'en qualité, les rares lots excellents sont à des prix très élevés, pas mal d'abricots encore limites. <i>Pour une dernière</i>, quelques abricots limites en termes de maturité, arrivent un peu mieux, permettant leur valorisation, c'est plutôt positif.</p> <p><u>FCA</u> : démarrage de campagne française avec un niveau de qualité moyen et hétérogène.</p> <p><u>UNCGFL</u> : marché actif avec des variétés gustatives qui commencent à être intéressantes.</p>
<p><b>Pêche-nectarine</b></p>	<p><u>AOP</u> : toutes premières récoltes prévues semaine prochaine, mais de petits volumes, lancement de campagne de la pêche-nectarine française prévu semaine 24.</p> <p><u>FNPF</u> : très tardif, pas de remontée terrain des producteurs, il faut attendre un petit peu.</p> <p><u>FCD</u> : <i>pour une première enseigne</i>, origine Espagne, les volumes restent, compliqué à sortir, l'effet météo devrait nous permettre de démarrer. <i>Pour une deuxième enseigne</i>, demande correcte en origine Espagne avec une bonne coloration, qualité au rendez-vous. <i>Pour une troisième enseigne</i>, origine Espagne, qualité très disparate en terme gustatif.</p> <p><u>UNCGFL</u> : peu de volumes, beaucoup de variétés, mais qui ne sont pas très bonnes à manger.</p>
<p><b>Pomme</b></p>	<p><u>ANPP (par mail)</u> : déroulement serein de cette dernière partie de campagne.</p> <p><u>FNPF</u> : le marché est bon, en Auvergne-Rhône-Alpes, plus de rouge sur le marché, bon écoulement.</p> <p><u>FCA</u> : transition avec la Gala import en fonction des besoins.</p> <p><u>UNCGFL (par mail)</u> : Les pommes sont toujours très demandées car les prix restent corrects.</p>
<p><b>Prune</b></p>	<p><u>AOP</u> : démarrage sur tout début juillet.</p> <p>Souhait d'une communication le plus en amont possible au moment de la campagne Cuisinés Maison été, afin que la prune ne soit pas oubliée et bien mise en avant au moment où l'offre est la plus représentative, c'est-à-dire au mois d'août en pleine saison des variétés emblématiques que sont la Reine-Claude et la Mirabelle.</p>

LÉGUMES	
<b>Tomate</b>	<p><u>AOP</u> : semaine dernière très compliquée, tous segments confondus, avec une offre conséquente et une météo maussade. Depuis deux semaines, opérateurs dans une situation plutôt délicate. Pour ce début de semaine, des sorties volumétriques un peu meilleures, mais plutôt un souci de valorisation à retrouver. Sur la grappe : fluidité correcte mais des niveaux de prix très bas, en ronde : situation qui s'améliore légèrement, petits fruits : bonne rotation, en cocktail : segment toujours très lourd avec des écoulements bien plus compliqués.</p> <p>Côtelées couleur : bonne situation de marché en ce début de semaine. Spécifiquement noires, jaunes, rouges et mélange. Sur le segment cœur, situation plus lourde et écart de valorisation, engagements de fin de semaine permettant de rééquilibrer le marché sur ce segment. Sur les charnues, situation proche de la tomate allongée, ventes compliquées et niveaux de prix bas pour la période.</p> <p><u>ANEEFEL</u> : marché très dur notamment en grappe, mais sur les autres gammes aussi.</p> <p><u>FCD</u> : <i>pour une enseigne</i>, malgré des prix assez bas et des mises en avant, difficulté à générer du débit. <i>Pour une seconde</i>, marché très difficile en grappe et charnues, mais les ventes sont très bonnes sur anciennes et conditionnement petits fruits. Malgré les opérations en cours, les volumes sont au-delà de la demande, entraînant un marché déséquilibré. <i>Pour une troisième</i>, beaucoup de volumes et peu de sorties en début de semaine dernière, amélioration en fin de semaine, bon espoir pour cette semaine.</p> <p><u>FCA</u> : <i>pour une enseigne</i>, crise conjoncturelle avec des prix très bas, météo favorable de fin de semaine a assaini les stocks en production et a permis un début de sortie du déséquilibre offre/demande.</p> <p><u>UNCGFL (par mail)</u> : Les tomates sont massivement plébiscitées car les prix sont anormalement bas. Marché très compliqué quel que soit le segment, on ressent la crise.</p>
<b>Concombre</b>	<p><u>AOP</u> : situation compliquée semaine dernière, cette semaine, la situation semble mieux orientée, mais le quotidien reste laborieux depuis plusieurs semaines, niveaux de prix difficiles à tenir, situations disparates selon les bassins de production.</p> <p><u>FCD</u> : Pour une enseigne, RAS. <i>Pour une seconde</i>, consommation au rendez-vous, actions en cours, ventes essentiellement sur la fin de semaine, même chose sur les produits en botte, comme le radis. <i>Pour une troisième</i>, vente difficile, un peu à la traîne, même en fin de semaine, mise en avant difficile pour écouler les volumes.</p> <p><u>FCA</u> : RAS.</p> <p><u>UNCGFL (par mail)</u> : Les concombres, radis...se consomment massivement en cuisine collective et le retour des restaurants devraient permettre de doubler les volumes dans les semaines à venir.</p>
<b>Salade</b>	<p><u>ANEEFEL</u> : les premières chaleurs font chuter la production en Sud-Est. Rien à signaler sur les autres bassins, à noter de la mâche en quantité et en qualité.</p> <p><u>FCD</u> : <i>pour une enseigne</i>, bonne reprise de la consommation et bonnes ventes. <i>Pour une autre</i>, la salade revient sur la fin de semaine dernière.</p>
<b>Asperges</b>	<p><u>FCA</u> : fin de campagne, RAS.</p> <p><u>UNCGFL (par mail)</u> : L'asperge touche à sa fin dans les menus de la restauration collective et commerciale.</p> <p><u>ANEEFEL</u> : fin des asperges en fin de semaine.</p>

<b>Carotte</b>	<u>ANEEFEL</u> : la primeur d'Aquitaine a pris une bonne partie du marché, encore un peu d'introduction italienne et espagnole, marché plutôt calme depuis 8 jours mais rien d'alarmant en cette période, une petite baisse des prix anticipés, un peu d'export à prévoir. <u>FCA</u> : démarrage de la nouvelle campagne avec une production dynamique de la carotte botte.
<b>Chou-fleur</b>	<u>ANEEFEL</u> : marché qui se durcit de plus en plus.

<b>Gamme biologique</b>	
	<u>ANEEFEL</u> : Vallée du Rhône : démarrage en fraise et cerise bio.

### Communication Interfel – pour information

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

#### Contenus

##### Actions digitales (réseaux sociaux) à venir semaine du 31 mai au 6 juin

Contenus fil rouge	Programme Fraich'Force	Contenus promotion site internet
01/06 : calendrier des fruits et légumes – cerise, artichaut, fraise, tomate, courgette, citron, asperge, mangue, rhubarbe, concombre, abricot, salade 04/06 : menus hebdo		02/06 : recette compet – mâche 03/06 : Qui suis-je ?- producteur de fruits 03/06 : l'avez-vous reconnu ? – le citron

#### \* Contenu du panier mis en place avec le réseau des diététiciens en semaine 23



Les produits sélectionnés qui seront mis en avant la semaine prochaine seront : citron, pomelo, cerise, abricot, fraise, pomme, kiwi, oignon, concombre, fenouil, carotte, laitue, tomate (grappe et cocktail), petits pois, courgette, radis, épinard, mâche.

Détail des menus associés disponible au lien suivant dès ce vendredi : <https://www.lesfruitsetlegumesfrais.com/menus-de-la-semaine>

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

**AUTRES POINTS**

**Process Info-filière**

- Présentation du process de demande et d’envoi des messages d’info-filière en 2021 – voir **diaporama ci-joint sur les outils du GT suivi de marché**.
- Question de l’Aneefel sur la mise en place de l’alerte « orange / intermédiaire » entre l’info-filière et l’alerte rouge proposée par la Commission Economie pour les campagnes 2021. **Interfel** : travail en cours sur la mise en place d’indicateurs associés (question des volumes/report de stock ; évolution du mode de calcul de l’indicateur de marché du RNM), pour statuer sur la définition de cette alerte « orange ».

**Echanges / propositions** : Besoin de différenciation des formats des différents outils entre l’information sur les temps forts et l’alerte sur des difficultés de marché.

**Info-filière** = sensibilisation notamment des professionnels de l’aval sur lancement de campagne, information cœur de campagne, point sur la situation de l’offre.

**Alerte orange** = sonnette d’alarme, mise en place d’actions en magasins/points de vente quand produits en difficulté de marché ou situation préoccupante, sensibiliser les enseignes pour ne pas migrer de orange à rouge.

**Alerte rouge** = situation de crise, actions de communication au niveau du grand public.

=> **Interfel** : Proposition de formalisation/définition du contour de l’alerte « orange » à faire lors de la Commission Economie du 8 juin prochain.

**Communication**

**Remarque Aneefel** : Sur le nouveau site Interfel : attention sur la définition du métier d’expéditeur.

**Descriptions des prochaines campagnes de communication - pour information :**

<p><b>Fête des fruits et légumes frais</b> Du 11 au 20 juin 2020</p>	<p>Produits mis en avant : salade, radis, poivron, tomate, aubergine, cerise, pêche, abricot, melon et pastèque          Cette année, un parc d’attractions 100% digitale sera mis en ligne pour l’événement avec un onglet dédié sur le site des fruits et légumes frais (<a href="https://www.lesfruitsetlegumesfrais.com/fete-des-fruits-et-legumes-frais">https://www.lesfruitsetlegumesfrais.com/fete-des-fruits-et-legumes-frais</a> )          Une campagne média digital et affichage pour amener de l’audience sur le site          Un événement presse le 9 juin et des communiqués de presse régionaux pour valoriser les actions en région          Un dispositif d’influence avec 9 influenceurs          Un dispositif de community management pour valoriser les contenus créés          Des supports de communication pour mettre en avant la campagne disponibles sur la plateforme matériel : <a href="https://www.materiel-interfel.com/">https://www.materiel-interfel.com/</a>  <b>- Envoi d’un message d’info filière en début de semaine 23 pour informer du lancement de l’opération.</b></p>
<p><b>Cuisinés maison été</b> Du 26 juin au 21 août</p>	<p>Produits mis en avant : abricot, pêche, haricots verts, melon, pastèque, poivron, aubergine, framboise</p>

Une campagne média mettra la campagne en avant : en affichage entre le 7 au 21 juillet (dates à confirmer) ainsi qu'un affichage digital dans les centres commerciaux entre le 19 juillet et le 8 août (*attention : en attente de confirmation si nous mettons l'abricot en affichage ou non*). Des insertions presse dans la presse people (hors pêche et abricot)

Des partenariats médias : avec la réalisation de recettes avec Chef club, des vidéos portraits « de jeunes » et les fruits et légumes avec Melty

Valorisation de la campagne en community management

Des supports de communication pour mettre en avant la campagne disponibles sur la plateforme matériel : <https://www.materiel-interfel.com/>

### Communication métier

A partir de septembre 2021

La communication métier sera lancée au mois de septembre 2021, avec un spot TV "Des hommes et des femmes passionnés pour la vie", accompagnée de vidéos portraits diffusés sur le web et les réseaux sociaux

En parallèle, la rubrique de la terre à l'assiette du site internet des fruits et légumes frais sera alimentée par des articles sur les métiers de la filière, en collaboration avec les familles professionnelles

=> N'hésitez pas à contacter les équipes de la Communication pour toute information complémentaire.