

Participants	
GEFeL	Jacques Dasque Vincent Guérin Pierre Varlet
FNPF	Cynthia Ranaivoarison
Légumes de France	Daniel Bouquillon
ANEFEFL	Philippe Dupont Jean-Charles Riou Laurie Moya
UNCGFL	Roxane Marques
FCD	Willy Olsommer
SSP	Roselyne Trauchessec
FAM	Salomé Sengel
CTIFL	Pascale Cavard-Vibert
INTERFEL	Chloé Crépin Dragana Miladinovic Coralie Mialon Olivier Ayçaguer Jeanne Laversin
Excusés	Astrid Etèvenaux Adeline Gachein Jeff Mahintach Cécilia Céleyrette

Indicateurs de marché du RNM : L'échalote est affichée en seuil d'information. Aucun produit n'est affiché en crise conjoncturelle ou prix anormalement bas.

Synthèse baromètre aval : *prochain baromètre en semaine 50 – dernier baromètre de 2023*

Echanges	2
Multiproduits	2
Pomme	3
Poire	3
Kiwi	3
Châtaigne	4
Orange	4
Clémentine	4
Agrumes et exotiques.....	5
LÉGUMES	6
Endive	6
Choux	6
Salade	6
Tomate	6
Communication Interfel – pour information	7
AUTRES POINTS.....	9
Point Météo – source météo France.....	9

Echanges

Multiproduits

(voir pages suivantes détail par produit)

FCD : pour une enseigne, d'une manière générale, bonne fréquentation en magasins et le climat plus frais permet de booster bon nombre de produits frais, dont les fruits et légumes.

Endives, poireaux, carottes : +20% en volume, en lien notamment avec la météo hivernale.

Cf. détail par produits

ANEFFEL : pour la Bretagne, peu de production, pas de marchandises (météo plutôt douce en octobre + tempête début novembre), et du coup les prix augmentent, produits davantage disponibles sur le marché d'ici 15 jours.

Pour les Hauts de France, on subit des aléas climatiques difficiles que personne n'ignore. Situation similaire à la Bretagne. Un manque de produits et des engagements promotionnels tout de même présents.

Pour le Sud, les sorties ne sont pas au rendez-vous, remontées d'un décalage entre prix au détail et prix de départ en station.

UNCGFL : côté grossistes, les marchés sont très calmes, espoir que l'arrivée des fêtes dynamise tout cela.

FRUITS	
<p>Pomme</p>	<p><u>ANPP</u> : large gamme variétale avec quasi l'intégralité des variétés. Ralentissement à l'exportation, mais des niveaux supérieurs à l'an passé. Sur le marché français, activité stable ces derniers jours à un niveau supérieur à celui de l'an passé, +10% en termes de flux marché de frais français. Activité portée par les Club et la montée en puissance de Golden. Très bonnes ventes en Gala et Granny, le stock de ces variétés va donc se réduire très vite, et une campagne qui risque d'être plus courte que d'habitude. Le marché de la pomme fonctionne beaucoup sur le préemballé et le premier prix, avec un différentiel très important avec le fond de rayon. Même constat depuis quelques années, mais qui semble se renforcer avec les questions de pouvoir d'achat. Différentiel de prix observé entre les mises en avant, les promotions et le fond de rayon, qui pose question. Nécessité de réfléchir ensemble, pour trouver éventuellement des solutions et amenuiser l'écart, qui peut perturber et déboussole le consommateur.</p> <p><u>FNFP</u> : marché se porte bien, RAS.</p> <p><u>FCD</u> : pour une enseigne, belle semaine en termes de progression des volumes, portées notamment par les Pink Lady et Royal Gala, excellente qualité des produits. La hausse du prix payé au producteur ne décourage pas les clients, puisque la pomme reste un produit refuge.</p>
<p>Poire</p>	<p><u>ANPP</u> : le marché se déroule correctement avec des volumes peu importants. Commercialisation des derniers petits calibres de Williams, Q-Tee se termine, bonne campagne pour cette variété que les consommateurs découvraient pour la première fois. Dernière ligne droite de Louise Bonne, les derniers opérateurs en auront jusque fin janvier - début février, produit surtout commercialisé via le réseau grossiste, peu de grande distribution sur cette variété. Poire Fred : autre nouvelle variété bénéficiant d'un bon lancement. Conférence : marché correct avec des promotions, mais globalement l'activité est tout de même en développement. En Comice : en retrait au niveau des flux, marché peu dynamique et présence d'import sur cette variété.</p> <p><u>FCD</u> : pour une enseigne, Conférence, Comice et Williams ont encore de belles places sur les linéaires.</p>
<p>Kiwi</p>	<p><u>BIK (par mail)</u> : pour le kiwi français, le basculement d'origine est en cours. Le lancement de la campagne kiwi est correct, avec des volumes qui restent modestes mais normaux au regard de la récolte 2023 tardive et des saisons commerciales passées.</p> <p><u>FCD</u> : pour une enseigne, plus compliqué, seul le kiwi Gold tire son épingle du jeu, les volumes baissent d'environ 20%.</p>

Châtaigne	<p><u>GEFeL</u> : petite campagne (due à des conditions climatiques d'automne-hiver compliquées) tant au niveau des volumes que de la qualité. Demande correcte sans être importante, quantités relativement inférieures aux années précédentes, peu de stock. Fin de campagne prévue pour Noël. Tri sélectif important au niveau des stations d'expédition et au final la rentabilité pour le producteur va être inférieure à l'année dernière et assez décevante, même configuration dans tous les pays producteurs européens (Portugal, Espagne, Italie, Grèce). Au niveau des cours, en baisse par rapport au début de campagne, mais ils restent à peu près satisfaisants.</p>
Orange	<p><u>FCD</u> : <i>pour une enseigne</i>, enfin en place sur les étals.</p>
Clémentine	<p><u>FCD</u> : <i>pour une enseigne</i>, très bonne qualité et forte hausse des volumes, on note cependant quelques retards dans les implantations en rayon.</p>

Agrumes et exotiques

Relais du CIRAD

Le marché du **pomelo** reste bien orienté. Pourtant, la production méditerranéenne affiche des niveaux moyens pour cette saison 2023-24, car si la récolte espagnole et israélienne opère un léger repli, la production turque renoue avec des niveaux normaux après une saison 22-23 foudroyée par le gel. Toutefois, les volumes exportés par Israël restent encore perturbés par les conséquences du conflit. Parallèlement, la demande est encore correcte pour la saison notamment en GSM. A l'inverse, les ventes étant plus poussive sur le marché grossiste.

Le marché Européen de l'**orange** reste tendu. En effet, malgré le développement de l'offre de Naveline espagnole, seule source d'approvisionnement du marché, la très faible récolte ne permet toujours pas de satisfaire à l'ensemble des besoins du marché. Ainsi, la demande excède toujours l'offre et les ventes sont toujours tendue tant sur en GMS que sur le marché grossiste. Dès lors, aucun stock n'est disponible.

Le marché des **petits agrumes** reste peu approvisionné, le prix se maintenant à un niveau très sensiblement supérieur à la moyenne (+10%). Pour autant, toutes les origines et variétés ne sont pas logées à la même enseigne. En clémentines, les ventes de Nules espagnoles de « marques standards » manquent de fluidité, la qualité de certains lots laissant à désirer (manque de jutosité, tenue parfois fragile en raison des conditions climatiques actuelles et de la sécheresse estivale). La demande se concentre sur les marques haut de gamme et sur les origines alternatives, telles que le Maroc ou la Corse. Le différentiel de prix entre les gros fruits, toujours assez rares, et les petits fruits, beaucoup plus abondants, reste majeur. La Clemenvilla, dont la saison démarre, bénéficie, elle aussi, d'une bonne demande. Le potentiel de production est moyen pour cette variété, à la différence des clémentines.

Le marché de l'**avocat** manque toujours de dynamisme. D'une part, l'offre globale se maintient légèrement au-dessus des moyennes (+5%). Les volumes chiliens restent en pic tandis que ceux de Colombie continuent de croître malgré la proportion importante de petits calibres. Les arrivages mexicains augmentent plus modérément. Contre toute attente, les exportations d'Israël s'avèrent normales. À l'inverse, le Maroc est un peu moins présent sur le marché cette semaine, Bien que les opérations promotionnelles aient augmenté, la demande reste assez faible et la pression s'accroît encore cette semaine sur le marché et plus particulièrement pour les fruits de petits calibres. Ainsi, les rythmes de ventes sont décevants et le déséquilibre s'accroît.

Le marché du **citron** a totalement changé de physionomie ces dernières semaines. La pression est désormais forte, avec des prix affichant un niveau sensiblement inférieur à la moyenne. L'offre espagnole de Primofiori, limitée par le manque de fruits de calibres commerciaux en début de saison malgré l'importance du potentiel de production, est désormais très large. Par ailleurs, l'Interdonato turc, dont la production est très large elle aussi cette saison, est bien présent en Europe du Nord.

La campagne de **litchi** a démarré courant novembre, avec quelques premiers lots transportés par avion. L'offre repose essentiellement sur des fruits réunionnais et mauriciens, complétés par quelques volumes malgaches. Malgré des volumes modérés liés à un déficit très significatif de ces deux fournisseurs principaux, le marché est assez lourd, faute de demande pour ces produits haut de gamme.

Le marché de l'**ananas** reste assez lourd. Pourtant, l'approvisionnement en Sweet costaricien est plutôt inférieur à la moyenne. Cependant, la demande est lente. La réactivation attendue pour les mises en avant de la Saint Nicolas sur les marchés d'Europe du Nord se fait attendre, tout comme en 2022. Par ailleurs, les épisodes de pluie survenus au Costa Rica limitent la possibilité de conservation des fruits.

LÉGUMES

<p>Endive</p>	<p><u>APEF</u> : au stade production, les conditions météo rendent compliquées la fin des arrachages (environ 20% de la production encore en terre), les producteurs font tout leur possible pour rentrer en frigo leurs racines (secteurs très arrosés avec du matériel resté dans les champs, problème de rendement et nombreuses défections de main d'œuvre). Gestion du personnel et coûts de production sont renchérissés à cause de ces différents éléments, attente de jours meilleurs dans les stations de conditionnement, les endiviers ont le moral dans les chaussettes.</p> <p><u>Légumes de France</u> : 20% encore en terre, c'est du jamais vu, 4 semaines de pluie ont empêché tout arrachage, tout stockage en frigo, impossible de rattraper le retard, manque de racines, énormes pertes aux champs, fin de saison qui s'annonce compliquée et les frigos ne sont pas remplis.</p> <p>Nous restons présents et nous organisons la production pour durer dans le temps, une année une fois de plus très compliquée, le métier d'endivier devient de plus en plus difficile.</p> <p><u>ANEFEFEL</u> : en Hauts de France, même constat qu'en Bretagne, pas de produit en raison des aléas climatiques actuels que personne n'ignore, mais aussi tous les autres aléas des saisons précédentes, faibles rendements de la vieille production et des rendements très en-deçà des historiques de la nouvelle production, il y a un manque de volumes. Tout cela est combiné à une météo favorable et à des taux d'engagement relativement importants et satisfaisants pour la période, il y a donc un manque de produits et des prix cohérents par rapport à la problématique subie par les producteurs en ce moment.</p> <p>Point rapide sur la stratégie commerciale : malgré le peu de produits, taux d'engagement promotionnels engagés importants. Volonté stratégique de continuer à assumer les promotions, afin que le consommateur puisse bénéficier de prix en relation avec la période pour consommer nos endives.</p> <p>Deux combats : sauvegarder nos producteurs et nos consommateurs.</p>
<p>Choux</p>	<p><u>FCD</u> : pour une enseigne, consommation des choux impactée par la hausse marquée des prix du chou-fleur (lien impacts intempéries de novembre), famille qui dégringole en volumes - 40%.</p>
<p>Salade</p>	<p><u>FCD</u> : pour une enseigne, volumes stables.</p>
<p>Tomate</p>	<p><u>FCD</u> : pour une enseigne, ronde ou grappe, les prix s'envolent et les volumes dégringolent (-25% en volume), à l'inverse la segmentation « Petits Fruits » tire son épingle du jeu avec des volumes en forte hausse.</p>

Communication Interfel – pour information

Actions digitales (réseaux sociaux, Facebook et Instagram)

Actions digitales (réseaux sociaux) à venir semaine du 4 au 10 décembre

Jamais trop – fil rouge

04/12 : recette de fêtes – endives caramélisées à l’orange
 05/12 : inspiration – visuels de fruits et légumes
 06/12 : inspiration – origami fruits et légumes (raisin, carotte, pomme)
 07/12 : fruits et légumes à la coupe – patate douce
 08/12 : UGC

Jamais trop économe

08/12 : menus de la semaine

Actions digitales (réseaux sociaux) à venir semaine du 11 au 17 décembre

Jamais trop – fil rouge

11/12 : jeu concours + à la coupe châtaigne
 12/12 : Tuto décoration de fêtes (Carotte, brocoli, chou-fleur, raisin)
 13/12 : jeu concours
 14/12 : recette de fêtes – saumon poêlé et betterave
 15/12 : inspiration – visuels de fruits et légumes

Jamais trop économe

15/12 : menus de la semaine

Actions digitales (réseaux sociaux) à venir semaine du 18 au 24 décembre

Jamais trop – fil rouge

18/12 : à la coupe châtaigne
 19/12 : recette de fêtes – clémentines caramélisées
 20/12 : inspiration – visuels de fruits et légumes
 21/12 : DIY – planche de fruits et légumes
 22/12 : UGC

Jamais trop économe

22/12 : menus de la semaine

■ Campagne media Jamais trop

Du 1er au 24 décembre

Une nouvelle campagne media « Les F&L frais, c'est Jamais trop » pour promouvoir la diversité de nos produits et inciter à la consommation en période des fêtes de fin d'année.

■ Campagne radio Jamais trop économe

Du 4 au 17 décembre

Une nouvelle vague radio pour accompagner les Français dans leurs achats.

Faire connaître la liste de course des F&L et idées de menus proposés chaque semaine par Interfel



* 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 : Chou-Fleur, fenouils, poireaux, céleri rave, carottes, potiron, endives, oignons, navets, citrons, clémentines, oranges, pommes, kiwis, poires.



* 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

Point Météo – source météo France

La semaine en cours jusqu'au dimanche 10 décembre :

Le passage de plusieurs perturbations océaniques apporte un temps humide et doux sur la France. Malgré des nuits relativement fraîches avec de faibles gelées à attendre sur l'est du pays demain mercredi et après-demain, les températures en journée amorcent leur hausse par l'ouest à partir de jeudi. Cette hausse s'accroît à partir de vendredi et se maintient le week-end.

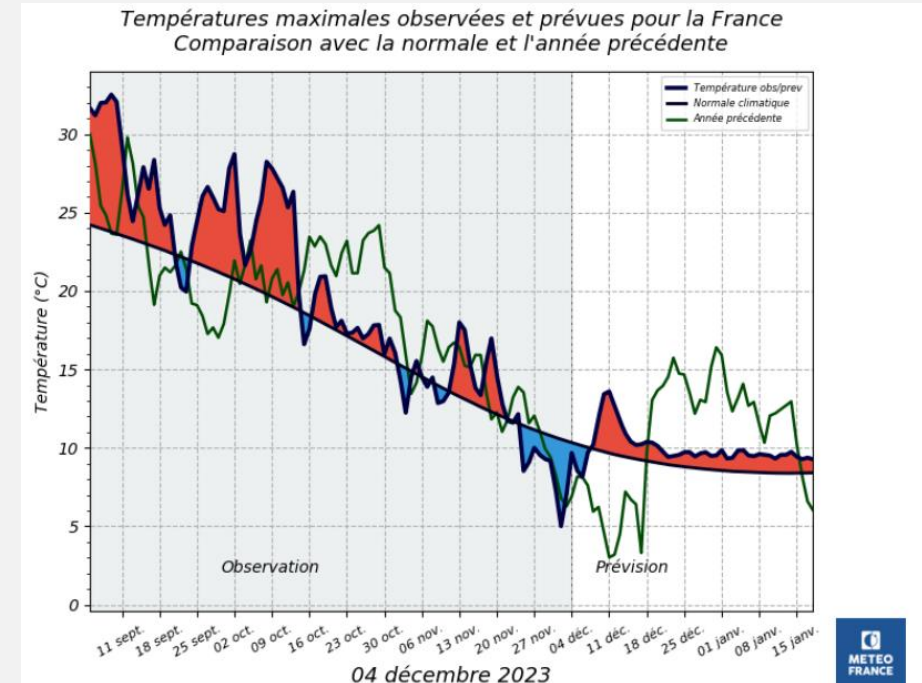
La semaine prochaine du lundi 11 décembre au dimanche 17 décembre :

À l'échelle de la France et de la semaine, les températures sont nettement plus douces que la normale. Les températures maximales des 3 premiers jours de la semaine sont chaudes pour la saison. On observe une baisse sensible à partir de jeudi, tout en restant supérieures aux normales.

La semaine du lundi 18 décembre au dimanche 24 décembre :

Durant cette semaine, les températures devraient encore rester supérieures aux normales de saison, mais seront en légère baisse par rapport à la semaine précédente.

Source : Météo France, prévisions du 5 décembre.



Ces données sont destinées exclusivement à l'usage des professionnels de la filière fruits et légumes frais, et ne sont pas diffusables à la presse ni en libre-accès sur internet. Nous vous prions de revenir vers Interfel si vous souhaitez utiliser ces données dans le cadre de vos présentations.