RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
Liberté
Égalité
Fraternité

FranceAgriMer
ÉTABLISSEMENT NATIONAL
DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

CONJONCTURE FRUITS ET LÉGUMES

Note de conjoncture mensuelle sur la filière fruits et légumes

>>> Juillet 2021

Points-clés / Perspectives :

Le mois de juillet se caractérise par une météo automnale sur une grande partie du territoire métropolitain. Les averses et les températures fraiches dominent et le climat estival ne s'impose que dans le Sud-Est. Cela impacte la consommation qui se montre moins intéressée par les produits estivaux. S'ajoutent à cela des départs en vacances anticipés cette année, qui nécessitent parfois une adaptation des acheteurs aux nouvelles zones de consommations.

Concernant les productions du mois de juillet, pour les légumes, bien que la météo ralentisse la pousse des plants, l'offre en salade s'écoule difficilement face à une demande peu animée. De plus la concurrence des ceintures vertes et des jardins familiaux impacte également le commerce. Des problèmes de qualités et de sur-maturité entrainent des destructions aux champs chez certains producteurs. En tomate, le commerce dynamique de la semaine 24 permet d'écouler une grande partie des stocks. Ainsi en semaine 25 malgré une demande en retrait, l'offre modérée s'écoule aisément. Par la suite le manque d'ensoleillement et les températures fraiches donnent lieu à un creux de production dans de nombreux bassins. Cette offre limitée permet de compenser la demande attentiste et un certain équilibre s'établit sur le marché. En courgette, le commerce est lent. Le produit n'intéresse pas les consommateurs du fait de la météo pluvieuse. L'arrivée de nouveaux bassins producteurs sur le marché alourdit les ventes et une concurrence interbassin se met en place. Les conditions climatiques finissent par ralentir la pousse des plants en semaine 26. L'offre tend alors à diminuer et les prix augmentent. Concernant les productions fruitières, la campagne de melon débute dans un contexte difficile. La météo n'incite pas à la consommation et les produits espagnols encore bien présents en rayon ne facilitent pas les ventes de melons français. La demande ne suffit pas à écouler une offre pourtant modérée et des concessions de prix se font pour faciliter les ventes. Le produit entre en crise conjoncturelle le 28 juin, faute de demande. En pêche / nectarine comme en abricot, le marché est lent. L'offre est limitée suite au gel d'avril, mais la demande reste attentiste, les consommateurs s'intéressant peu aux produits. Les ventes sont assurées principalement grâce aux volumes limités. Une franche amélioration des conditions météo permettrait probablement un regain de dynamisme sur l'ensemble des marchés.

- D'après les données du panel KANTAR sur les achats des ménages français pour la consommation à domicile, les quantités achetées de fruits et légumes frais pour 100 ménages, tous circuits confondus, ont été en baisse sur la période du 17 mai au 13 juin 2021 (P6) par rapport à la même période en 2020 (- 4,4 % *vs.* P6 2020) mais en hausse par rapport à 2019 (+ 2,4 % *vs.* P6 2019). On remarque pourtant, à l'image des tendances déjà observées sur la dernière période, que les achats en fruits et légumes biologiques ont été en repli par rapport à 2020 (- 9,5 % *vs.* P6 2020) et également par rapport à 2019 (- 6,9 % *vs.* P6 2019), recul essentiellement porté par des quantités achetées par acheteur en baisse. On remarque également des évolutions positives des achats de légumes par rapport à 2019 (+ 7,6 % *vs.* P6 2019) quand celles de fruits ont été négatives (- 3,4 % *vs.* P6 2019) et même largement négatives pour les fruits d'été hors melon et raisin (- 14,2 % *vs.* P6 2019) dans un contexte de production nationale de fruits à noyau faible et tardive comparée aux précédentes années. Tous les indicateurs d'achat des fruits d'été ont été en baisse à l'exception du prix moyen d'achat en hausse par rapport à 2019 (+ 29,3 % *vs.* P6 2019) et 2020 (+ 5,7 *vs.* P6 2020).

- D'après les derniers chiffres de la douane française, en mai 2021, les importations en volume de fruits frais sont légèrement supérieurs à ceux de l'année précédente (341 500 tonnes, soit + 2,7 % *vs.* mai 2020). Les principaux fruits concernés par cette hausse sont les pommes (+ 57 %) et les bananes (+ 20 %). Les exportations sont en baisse (- 2,8 %), toujours notamment en raison du net recul des volumes de pommes (- 23 %), principal fruit exporté. Pour les légumes frais (hors pommes de terre), les importations en volume sont également en très légère augmentation (188 000 tonnes, soit +1 % *vs.* mai 2020). Les exportations de légumes frais sont en hausse plus marquée par rapport à mai 2020 (50 400 tonnes, soit + 7 %), c'est notamment le cas des concombres (+ 92 %) et des tomates (+ 7 %).

SALADE Prix : ➔ Référence 5 ans* : - 1 % Volume : ➘	Malgré une légère amélioration des conditions météo fin juin, les averses reprennent sur une grande partie nord du pays et perdurent sur toute la première moitié de juillet. Cette météo affecte la consommation qui ne présente pas un fort intérêt pour le produit. La demande ne suffit alors plus pour écouler l'offre. De plus, la concurrence avec les productions des ceintures vertes et des jardins familiaux s'installe et alourdit le commerce. L'humidité sur les parcelles entraine des problèmes de qualité (maladies cryptogamiques). Cela entraine des destructions aux champs. Dans ces conditions, les cours baissent en semaine 24 puis se stabilisent à un niveau bas en semaine 25. S'ajoutent à ces conditions défavorables les départs en vacances qui redistribuent la consommation dans les différents bassins. Ainsi en Ile-de-France, la consommation baisse avec l'arrivée des congés. En semaine 27 l'offre faiblit, permettant un raffermissement des cours malgré une demande toujours peu animée. Informations de conjoncture et indicateur de marché issues du Réseau des Nouvelles des Marchés (RNM)
TOMATE Prix : ➔ Référence 5 ans* : + 7 % Volume : ➘	Après un marché ayant bénéficié en semaine 24 de conditions climatiques estivales, celui-ci ralentit en semaine 25 avec la nouvelle dégradation de la météo. L'offre est alors amoindrie, grâce au commerce dynamique de la semaine précédente et à la mise en place d'offres promotionnelles. Ainsi malgré une demande de nouveau en retrait, les ventes se maintiennent. Quelques concessions de prix sont cependant nécessaires en grappe, où les stocks sont plus conséquents. Par la suite en semaine 26 de nombreux bassins entament un creux de production. La météo qui n'incite toujours pas à la consommation, ralentit également la pousse des plants. Cela permet d'entretenir un certain équilibre dans le commerce. Seuls les stocks de grappes pèsent sur les échanges. La demande existante montre un bon intérêt cependant pour les variétés de segmentation (anciennes et petits fruits). En semaine 27, l'offre restreinte s'écoule sans difficulté. A l'approche du week-end du 14 juillet en semaine 28, les ventes sont plus dynamiques, notamment à destination de la grande distribution. Les mises en avant promotionnelles permettent d'assurer les ventes en grappe. Les cours sont stables pour la tomate et pour les petits fruits, ces derniers ayant bénéficié d'une demande active tout au long du mois, malgré la météo maussade. Une amélioration des conditions climatiques sur la grande moitié nord du pays serait appréciable pour consolider un marché qui reste encore fragile de part une consommation peu intéressée. Informations de conjoncture et indicateur de marché issues du Réseau des Nouvelles des Marchés (RNM)

* Écart moyen de l'indicateur de marché par rapport à la moyenne olympique 5 ans sur la semaine s-1

COURGETTE :

Prix : ➔

Référence 5 ans* : - 3 %

Volume : ➔

La météo estivale de la semaine 24 a accéléré le développement des plants, augmentant ainsi les volumes à l'offre dans le Sud-Est. Le produit étant considéré comme « légume à cuire », il intéresse peu les consommateurs par les fortes chaleurs. Ainsi la demande est faible pour le produit et les stocks se forment. Par la suite la situation se dégrade de nouveau avec l'arrivée progressive des productions du Sud-Ouest et du Centre-Ouest. Une concurrence interbassin s'établit et handicape un commerce déjà peu dynamique. Les conditions météo qui se sont dégradées en semaine 25 sur une grande partie du territoire métropolitain n'incitent pas à la consommation des produits estivaux et la demande ne suffit pas à écouler l'offre. Les cours sont alors en baisse. Sur la deuxième moitié de la semaine 26, la météo qui ne s'améliore toujours pas ralentit la pousse des plants. Les volumes globaux tendent à diminuer, même dans le Sud-Est. Ainsi malgré une demande toujours attentiste et sur la réserve, l'offre limitée permet une hausse des prix. De plus la concurrence espagnole faiblit, permettant à la production française de s'imposer sur les étals. En semaine 28 les cours se stabilisent après être passés au-dessus de ceux de l'année dernière. Dans le Sud-Est le produit manque chez certains opérateurs.

Informations de conjoncture et indicateur de marché issues du Réseau des Nouvelles des Marchés (RNM)

ABRICOT

Prix : ➔

Référence 5 ans* : + 36 %

Volume : ➔

En début de mois, les variétés rouges (Bergarouge, Bergeval, …) arrivent sur le marché et l'offre en variétés précoces s'amenuise. Le Bergeron et le Rouge du Roussillon (AOP) arrivent également sur les étals au cours du mois. Globalement l'offre reste faible, suite aux impacts du gel notamment en Rhône-Alpes. Si le commerce est dynamique en semaine 24, la météo des semaines suivante ralentit les commandes. Ainsi en semaine 25, les disponibilités limitées permettent de maintenir un flux de vente mais dès le début de la semaine suivante des concessions de prix sont nécessaires pour maintenir la fluidité du marché. Les averses ne favorisent pas la consommation du produit et la demande reste attentiste en attendant l'amélioration des conditions climatiques. En semaine 27 le marché est toujours lent mais la mise en place d'opérations promotionnelles et la préparation du 14 juillet dans les GMS permettent une hausse d'activité en fin de semaine. Ainsi en semaine 28 les cours sont stables..

Informations de conjoncture issues du Réseau des Nouvelles des Marchés (RNM).

* Écart moyen de l'indicateur de marché par rapport à la moyenne olympique 5 ans sur la semaine s-1

PECHE/NECTARINE Prix : ➔ Référence 5 ans* : + 40 % Volume : ➔	La campagne débute en semaine 24 avec l'arrivée des premiers volumes de pêche. Les premiers lots de nectarine arrivent la semaine suivante sur le marché. L'offre est limitée en ce début de campagne, conséquence du gel d'avril, mais la demande se montre intéressée. Au cours des jours suivants, la hausse progressive des volumes et la dégradation des conditions météos ralentissent les ventes, les acheteurs devenant plus attentistes. En semaine 26 les mises en avant se mettent en place et les cours s'orientent à la baisse. S'ajoute à la météo pluvieuse, les premiers mouvements de vacanciers, qui nécessitent un temps d'adaptation des acheteurs à leurs nouvelles zones de villégiature. Ainsi face à une demande sans engouement, des concessions de prix sont faites pour conserver un courant d'affaire. En semaine 27, la situation évolue peu. L'ensemble des bassins est en pleine campagne. Une préférence pour la nectarine semble se préciser. Le marché est plus approvisionné en nectarine (principalement du calibre B) qu'en pêche (principalement du calibre A). La météo est toujours un facteur limitant dans la consommation du produit, cependant l'offre globale encore limitée permet de maintenir un flux de vente. En semaine 28 les cours sont stables, mais l'équilibre reste fragile avec l'enchainement d'épisodes pluvieux qui n'incitent pas à la consommation. Dans le bassin Sud-Est, la météo ensoleillée qui s'est imposée depuis plusieurs semaines a dynamisé la consommation. La demande est intéressée et certains opérateurs manquent de volumes en fin de semaine 27. Informations de conjoncture et indicateur de marché issues du Réseau des Nouvelles des Marchés (RNM)
MELON Prix : ➔ Référence 5 ans* : - 19 % Volume : ↗	Le début de campagne est difficile pour le melon. Les premiers volumes arrivent progressivement sur le marché dans le Sud-Est en semaine 24. La concurrence espagnole est plus présente sur les étals qu'à l'accoutumé, du fait d'un retard pris par la production ibérique. La dégradation des conditions météos la semaine suivante ralentie l'engouement des consommateurs pour le produit et les volumes s'accumulent à l'offre, toutes origines confondues, faute d'une demande suffisante. La production se développe durant le mois dans le Sud-Ouest et le Val-de-Loire, et une concurrence interbassin s'établie. Des destructions aux champs sont pratiquées, notamment sur les petits calibres. Les cours baissent sur les premières semaines de la campagne et le produit est déclaré en crise conjoncturelle le 28 juin. Faute d'amélioration de la météo, la demande reste peu intéressée et l'offre s'écoule mal. Celle-ci est pourtant modérée, les récoltes étant limitées à cause des pluies. En semaine 28, la concurrence espagnole faiblit, permettant une meilleure valorisation du produit français. Les cours se stabilisent au niveau du seuil de prix anormalement bas. Des problèmes de qualité apparaissent dans certaines parcelles nécessitant ainsi un tri plus important en station. Les prix se maintenant sur la semaine 29, le melon sort de crise le 20 juillet. A noté que la situation diffère dans le Sud-Est qui connait un bon ensoleillement depuis plusieurs semaines, et où la demande régionale s'améliore. Informations de conjoncture et indicateur de marché issues du Réseau des Nouvelles des Marchés (RNM)

* Écart moyen de l'indicateur de marché par rapport à la moyenne olympique 5 ans sur la semaine s-1

* Écart moyen de l'indicateur de marché par rapport à la moyenne olympique 5 ans sur la semaine s-1

Directrice de la publication : Christine Avelin / Rédaction : direction Marchés, études et prospective

12 rue Henri Rol-Tanguy - TSA 20002 / 93555 MONTREUIL Cedex
Tél. : 01 73 30 30 00 www.franceagrimer.fr
FranceAgriMer
@FranceAgriMerFR