

Note de conjoncture

> Analyse économique de la filière Fruits et légumes de FranceAgriMer



• 9 avril 2013

La situation des fruits et légumes de printemps en 2013

En légumes d'hiver, les conditions climatiques hivernales permettent une valorisation des cours en **chou-fleur** et **poireau**. Ces conditions provoquent, par contre, un retard dans la mise en place des campagnes **d'asperge**, de **fraise** et de **tomate** avec des disponibilités faibles et une consommation peu présente. Le marché des fruits d'hivers (**pomme**, **kiwi**) est équilibré avec des cours élevés du fait du manque de disponibilité.

Après un mois de janvier et un début de mois de février difficiles, le marché du **chou-fleur** s'est activé malgré des difficultés logistiques en raison du verglas et de la neige qui ont perturbés l'accès au marché allemand. En mars, le maintien de conditions climatiques hivernales et l'offre très déficitaires en volumes ont progressivement fait monter les cours qui se situent à un niveau élevé.

Le marché du **poireau** est bien orienté du fait d'une offre limitée par la fin de campagne et une demande très présente en raison des températures fraîches du mois de mars.

Les conditions climatiques ont retardé la production d'**asperges** françaises qui étaient peu présentes au niveau de la grande distribution (26% des GMS proposaient des asperges française en semaine 13) malgré le week-end de Pâques. Le manque de disponible a permis une fermeté des cours.

Les premières mises en marché de **fraises** se réalisent dès le début du mois de mars. Cependant, les disponibilités en volumes sont faibles compte-tenu d'une météo peu lumineuse. Les engagements déjà programmés permettent de maintenir un certain écoulement. Durant tout le mois de mars, les volumes sont

toujours en-deçà des prévisions. Les engagements prévus absorbent l'essentiel des apports et les prix ont du mal à se maintenir. La semaine précédent le week-end pascal n'est pas aussi porteuse qu'à l'accoutumée malgré des volumes beaucoup plus importants et les prix se réajustent à la baisse.

La campagne de commercialisation de la **tomate** a débuté en mars avec quelques jours de retard en raison des conditions lumineuses et avec des volumes moindres que l'année dernière. Le marché est occupé par la grappe, la cœur de bœuf et la segmentation en petits fruits avec quelques difficultés de ventes en cœur de bœuf. Le marché est équilibré entre l'offre et la demande et les cours sont fermes et au-dessus de la moyenne 5 ans.

Après un début de campagne un peu difficile, le marché du **concombre** s'équilibre début mars avec des ventes relativement dynamiques et des prix qui se revalorisent. Cependant la météo printanière peinant à s'imposer, le marché repart vers un manque d'activité. Les prix sont d'autant plus pénalisés que l'offre se développe de manière importante.

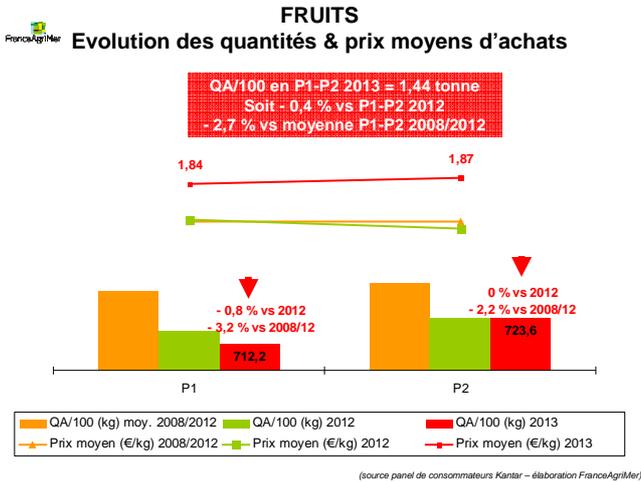
Le marché de la **pomme** a continué sur sa lancée hivernale avec une offre réduite et des cours fermes et élevés. Les expéditeurs se sont progressivement détournés du grand export et de l'export vers l'Europe au profit du marché intérieur à mesure que les disponibilités s'amenuisaient. Les pommes d'Hémisphère Sud sont arrivées avec des niveaux de prix élevés et ne perturbent pas la commercialisation des produits français

La commercialisation du **kiwi** a été stable en février et mars avec un marché équilibré. Du fait d'une moindre disponibilité au niveau européen, les cours ont été fermes et légèrement au-dessus de la moyenne des 5 dernières années.

Consommation (Source Kantar Worldpanel)

Fruits

Entre le 31 décembre 2012 et le 24 février 2013 (périodes P1 à P2/2013), les quantités de fruits achetées par les ménages français pour leur consommation à domicile ont représenté 1,44 tonne soit - 0,4 % par rapport à P1-P2/2012 et - 2,7 % par rapport à la moyenne P1-P2 2008/2012.



Malgré un léger recul du taux de pénétration (- 1 % vs 2012 à 88,7 %), le niveau moyen d'achat des fruits pour la période reste stable à 16,2 kilos par ménage acheteur, soit 7 kilos environ par individu (+ 0,6 % vs 2012), dans un contexte d'augmentation de 2,2 % vs 2012 du nombre d'actes d'achats (3,86 actes).

Le prix moyen d'achat des fruits augmente pour sa part de 11,7 % vs 2012 et de 11 % par rapport à la moyenne 2008/12, soit 1,86 €/kilo.

En termes de circuits de distribution, les hypermarchés et supermarchés restent les lieux privilégiés des ménages pour leurs achats de fruits (plus de 60 % de PDM volume), devant le hard discount (13,3 % de PDM volume) dont le repli de 10,9 % vs 2012 semble profiter aux marchés qui gagnent 5,7 points par rapport à 2012, à 10,8 % de PDM volume.

En termes de régionalisation, les acheteurs de fruits sont concentrés en région parisienne (20 % de PDM volume), dans l'Ouest (17 %) et le Centre-Est (15 %).

Top achat de fruits de P1 à P2/2013 : pommes, oranges, clémentines, bananes et poires.

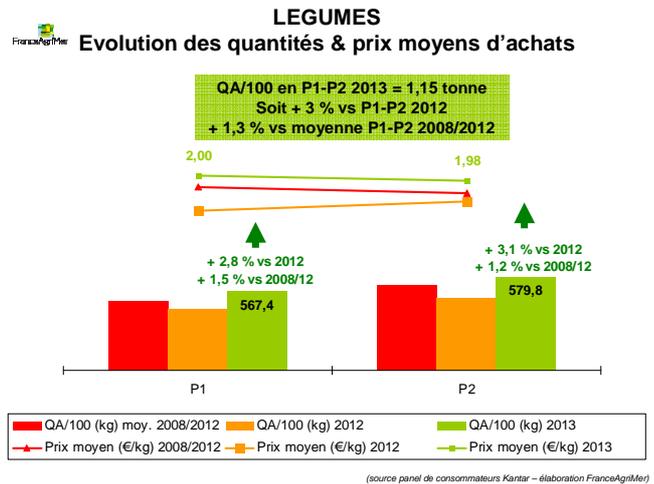
Légumes

Entre le 31 décembre 2012 et le 24 février 2013 (périodes P1 à P2/2013), les quantités de légumes achetées par les ménages français pour leur consommation à domicile ont représenté 1,15 tonne soit + 3 % par rapport à P1-P2/2012 et + 1,3 % par rapport à la moyenne P1-P2 2008/2012.

Si le pourcentage de ménages acheteurs de légumes (89,6 %) reste stable par rapport à 2012, les autres

indicateurs d'achats sont plutôt encourageants, en témoignent le niveau moyen d'achat de 12,8 kilos par ménage acheteur, soit environ 5,6 kilos par individu, (+ 2,7 % vs 2012) et les actes d'achats au nombre de 3,8, soit + 4,2 % vs 2012.

Le prix moyen d'achat des légumes s'établit pour sa part à 1,99 €/kilo, soit en augmentation de 7,8 % vs 2012 et de 3,2 % par rapport à la moyenne 2008/2012.

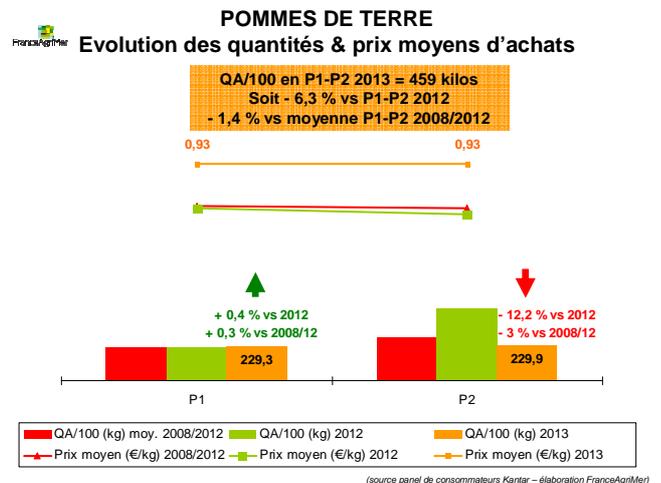


Comme pour les fruits, c'est la région parisienne et les circuits GMS qui pèsent le plus lourd dans les achats de légumes des ménages en ce début d'année 2013.

Top achats de légumes de P1 à P2/2013 : carottes, endives, tomates, oignons, salades.

Pommes de terre

D'après Kantar Worldpanel, les quantités de pommes de terre achetées par les ménages français pour leur consommation à domicile entre le 31 décembre 2012 et le 24 février 2013 (P1-P2/2013) représentent 459 kilos pour 100 ménages, soit - 6,3 % vs 2012 et - 1,4 % vs 2008/2012.



La pomme de terre, dont le taux de pénétration reste stable vs 2012, à 50,1 %, enregistre une baisse de son niveau moyen d'achat de 6,4 % vs 2012 (9,1 kilos soit près de 4 kilos par individu) et de sa fréquence d'achat

(- 0,4 % vs 2012 à 1,6 actes d'achats annuels), dans un contexte d'augmentation de son prix moyen d'achat de 27,7 % vs 2012 et de 25 % vs 2008/12, soit 0,93 €/kilo.

Légumes bio

Entre le 31 décembre 2012 et le 24 février 2013 (périodes P1 à P2/2013), le bio pèse pour 5,1 % dans les achats de légumes des ménages pour leur consommation à domicile, au lieu de 4,1 % sur la même période 2012.

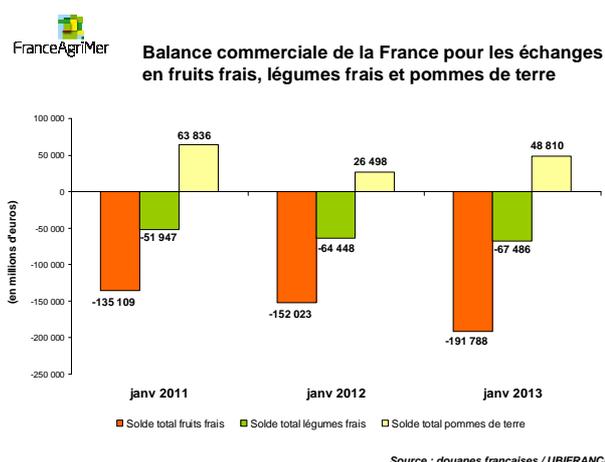
Hormis les quantités achetées par actes d'achats qui reculent de 0,7 %, les différents indicateurs sont en hausse par rapport à P1-P2 2012 : + 14,1 % pour le taux de pénétration de 8,7 % ; + 12,3 % pour le niveau moyen d'achat de 1,7 kilo environ par individu ; + 13,1 % pour les actes d'achats annuels au nombre de 1,9.

Le prix moyen d'achat des légumes bio s'établit à 2,29 €/kilo pour la période, soit en augmentation de 13,5 % vs 2012 et de 7 % par rapport à la moyenne 2008/2012.

(* légumes bio suivis par Kantar Worldpanel : carottes, choux-fleurs, concombres, courgettes, melons, oignons, poireaux, salades, tomates

Commerce extérieur

A l'issue de l'année 2012, la France a enregistré un déficit record pour ses échanges globaux en fruits, légumes et pommes de terre à l'état frais : -2,23 milliards d'€.

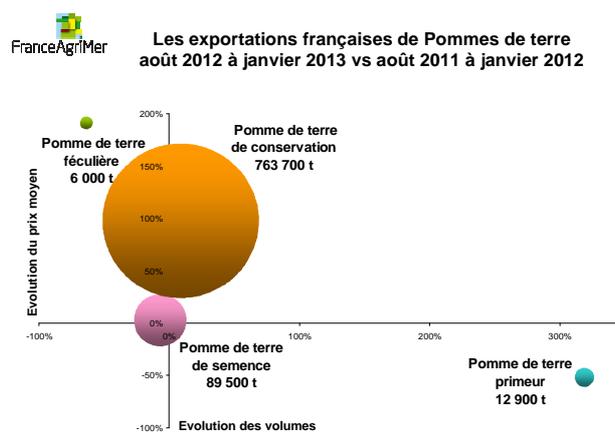


Au mois de janvier, le déficit est particulièrement marqué pour les fruits (- 192 millions d'€) et à un niveau plus faible pour les légumes (- 87 millions d'€). Pour les pommes de terre, l'excédent, enregistré à 49 millions d'€ au mois de janvier dernier, est assez élevé par rapport aux dernières années mais en-deçà de son niveau de janvier 2011.

En fruits frais, l'augmentation du déficit sur le début d'année s'explique essentiellement par la forte hausse des importations françaises de pommes de tables

(+ 173 % en valeur par rapport à janvier 2012) et la légère diminution en valeur des exportations françaises (- 7 %). Cela fait suite à la faible récolte française de pommes de table en 2012.

Pour l'ensemble des légumes frais, le déficit en janvier 2013 est assez important mais son augmentation reste plus limitée que pour les fruits frais. Si les exportations de salades ont diminué, les exportations de choux-fleurs, d'oignons, de carottes et d'endives ont augmenté, que ce soit en volume ou en valeur. Les importations françaises au mois de janvier dernier sont globalement en augmentation par rapport aux années précédentes. C'est le cas des importations de tomates, de carottes, de poivrons ou d'oignons.



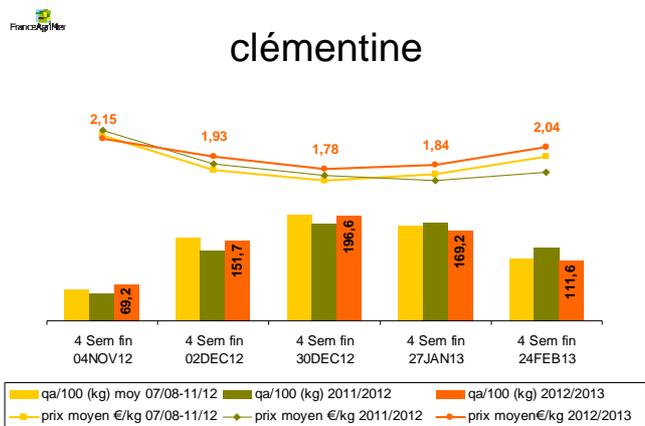
D'août 2012 à janvier 2013, les exportations françaises de pommes de terre de conservation ont été en légère progression en volumes (+ 9 % vs août 2011 à janvier 2012) et en très nette hausse en valeur (+ 115 %). On assiste en effet, depuis le début de la campagne 2012/2013 à une forte valorisation de la pomme de terre sur les marchés européens en raison d'une récolte en baisse.

Focus clémentine

Malgré des ventes chaotiques sur les marchés de gros, la commercialisation de la clémentine corse se déroule de manière constante, sans difficulté. La campagne débute doucement à partir de mi-novembre. L'offre est constituée majoritairement de gros calibre (1,2 et 3). Les ventes ont été perturbées sur les marchés de gros par des problèmes de qualité ce qui a pénalisé l'écoulement par ce canal durant toute la campagne. Néanmoins les sorties vers la grande distribution sont dynamiques et les cours sont stables et légèrement au dessus de la campagne 2011/2012. La fin de campagne intervient à la mi-janvier.

Entre le 8 octobre 2012 et le 24 février 2013, les achats de clémentines par les ménages français pour leur consommation à domicile ont représenté 698 kilos pour 100 ménages, soit des quantités achetées en hausse

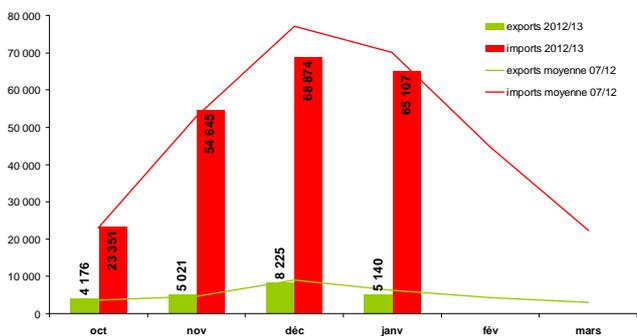
de 1,2 % par rapport à la même période de la campagne 2011/2012 et en recul de 1,7 % par rapport à la moyenne 5 ans.



(source panel de consommateurs Kantar – élaboration FranceAgriMer)

Comparés à la même période 2011/2012, le pourcentage de ménages acheteurs augmente de 1,7 %, le niveau moyen d'achat (12,4 kg par ménage) de 0,7 %, le nombre d'actes d'achats de 0,4 %, et les quantités achetées par actes d'achats de 0,5 %.

FranceAgriMer Les échanges mensuels de clémentines en volumes campagne 2012/2013 vs moyenne campagnes 2007/2012 (en tonnes)



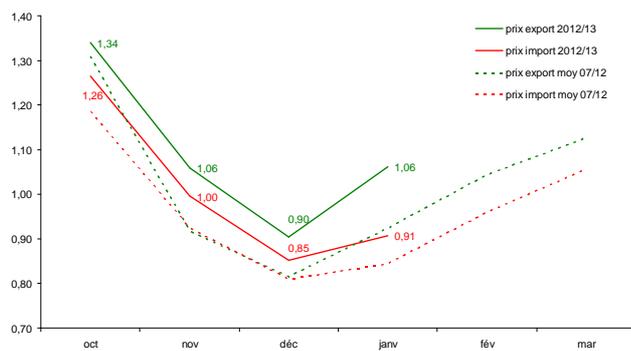
Source : douanes françaises / UBIFRANCE

Depuis le début de la campagne 2012/2013, d'octobre à janvier, les importations françaises de clémentines sont en recul par rapport à la campagne précédente (- 3 %) et par rapport à la moyenne des 5 dernières campagnes (- 5 %).

Les exportations françaises sont, quant à elles, en hausse par rapport à la moyenne quinquennale (+ 10 %), mais en baisse par rapport à la période d'octobre à janvier 2011/2012.

L'Espagne reste de loin le principal fournisseur de la France avec près de 190 milliers de tonnes de clémentines exportées vers la France d'octobre à janvier, soit 90 % des importations françaises. La place prépondérante de l'Espagne dans les importations françaises reste identique depuis plusieurs années (autour de 90 %). La deuxième provenance des importations françaises, le Maroc, arrive loin derrière (6%).

FranceAgriMer Le prix moyen à l'export et à l'import des clémentines campagne 2012/2013 vs moyenne campagnes 2007/2012



Source : douanes françaises / UBIFRANCE

Le prix moyen des exportations françaises a été, tout au long de la campagne, un peu plus élevé que le prix moyen à l'import.

Les importations françaises sont parties d'un prix moyen de 1,26 €/Kg en octobre 2012 pour descendre jusqu'à 0,85 €/Kg en cœur de campagne, au mois de décembre.

De façon générale, les prix moyens qu'ils soient à l'export ou à l'import ont été en hausse par rapport à la moyenne des 5 dernières campagnes.

Rédaction : unité Culture et filières spécialisées - unité Cotations et information de conjoncture / direction Marchés, études et prospective