

# Note de conjoncture

> L'analyse économique de FranceAgriMer



17 juin 2014

## La situation des fruits et légumes d'été en 2014

Les marchés des fruits et légumes d'été connaissent actuellement certaines difficultés. En fruits, mise à part pour la **pêche-nectarine** qui bénéficie d'un marché porteur, la météorologie mitigée perturbe la mise en place (**abricot**) ou la poursuite de la campagne (**bigarreau**). En légumes, le marché est morose en **tomate**, **melon**, **courgette** et **artichaut** avec un peu plus de dynamisme en **fraise** et **concombre**.

Le potentiel de **bigarreau** atteint en 2014 des niveaux « normaux » après des années de déficit de l'offre. La campagne débute en mai avec des prix fermes car la demande se positionne sur le produit dès le début de campagne. Le mois de juin est plus difficile en termes de commerce avec une offre légèrement supérieure à la demande et des prix qui se tassent donc pour passer en dessous de la moyenne 5 ans.

Le marché de l'**abricot** est relativement équilibré. Les disponibilités ont augmenté de manière progressive face à une demande globalement intéressée. L'export permet de fluidifier le marché. Les températures plus fraîches en juin ont retardé la maturité de certaines variétés. Les consommateurs n'ont pas encore complètement basculé vers l'abricot et il y a une certaine attente des premiers arrivages d'Orangered.

La campagne **pêche-nectarine** débute dans le Roussillon sur des bases de prix fermes du fait d'une offre encore faible et d'une demande relativement intéressée.

Le marché de l'**artichaut** a connu une fin mai avec des prix au dessus de la moyenne du fait d'une demande active sur le produit. La montée du disponible début juin due à une hausse des températures en Bretagne et le report de la demande sur d'autres produits ont provoqué une baisse des prix rapides (prix divisés par trois en une semaine pour certaines références).

Après une période difficile en raison d'une forte concurrence néerlandaise la situation du marché **concombre** s'améliore début mai avec une baisse des apports des Pays-Bas et une activation de la demande. Le marché se maintient à l'équilibre durant le mois de juin.

Le marché de la **tomate** a connu de sérieuses difficultés du 20 avril à début juin avec des périodes de crises conjoncturelles. En effet, l'après Pâques est compliqué avec des apports importants, une concurrence belge déstabilisante et une consommation qui se rétracte. Les différents ponts de mai n'inversent pas la tendance et les prix sont bataillés et en dessous de la référence. La baisse des disponibilités et une amélioration de la demande permettent une réorientation des cours à la hausse et une sortie de crise début juin.

La campagne de commercialisation de la **courgette** a débuté fin avril sur les niveaux de prix du produit espagnol, prix très inférieurs à la référence. Les disponibilités sont importantes et malgré une hausse des cours ceux-ci restent sous la moyenne.

Le **melon** français s'est retrouvé dès le début de sa campagne de commercialisation confronté à des volumes importants venant d'Espagne (origine qui a pris du retard cette année). La montée rapide des volumes face à une demande peu intéressée a fait chuter les cours qui sont en dessous de la moyenne. De plus, le basculement des lignes sur le produit français a pris un peu de temps au niveau de la grande distribution, engorgeant le marché. Pour le moment l'offre vient principalement de la région Provence avec un complément du Languedoc. Le melon est déclaré en situation de crise conjoncturelle depuis le 27 mai soit depuis le début de la campagne.

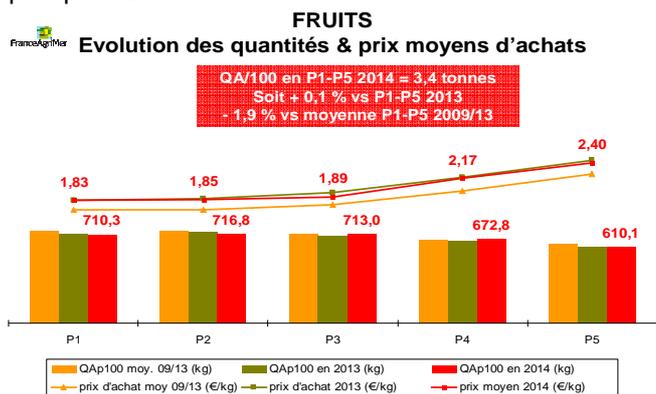
Le marché de la **fraise** est équilibré avec un marché plus dynamique en fraise gariguette qu'en fraise ronde même si la demande est attentive et la fourchette de prix plus large qu'à l'accoutumée.

## Consommation (Source Kantar Worldpanel)

### Fruits

Entre le 30 décembre 2013 et le 18 mai 2014 (périodes P1 à P5/2014), les achats de fruits frais des ménages français pour leur consommation à domicile ont représenté 3,4 tonnes pour 100 ménages, soit un volume stable par rapport à 2013, et en léger recul (- 1,9 %) par rapport à la moyenne quinquennale.

Parmi ces fruits frais, dont le prix moyen d'achat s'établit à 2,03 €/kilo (- 1,4 % vs 2013 et + 8,1 % vs 2009/13), les agrumes pèsent pour 37 % en volume, et les fruits exotiques pour 25 %.



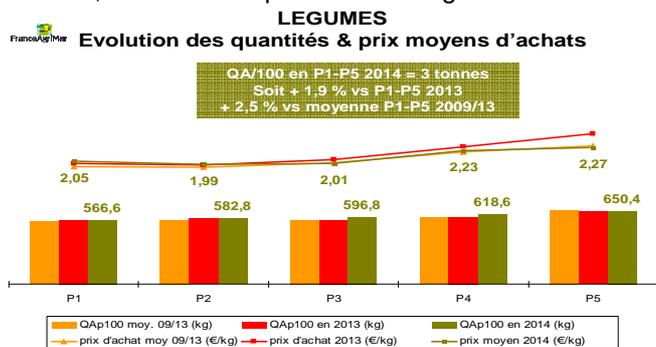
(source panel de consommateurs Kantar – élaboration FranceAgriMer)

Sur l'ensemble de la période, le pourcentage de ménages acheteurs reste stable (+ 0,9 % vs 2013 et + 0,6 % vs 2009/13) à 90 %. Le niveau moyen d'achat recule à 38,02 kilos par ménage (- 0,8 % vs 2013 et - 2,5 % vs 2009/13), alors que la fréquence d'achat augmente à 19,8 actes d'achats pour la période (+ 1,7 % vs 2013 et + 1,4 % vs 2009/13), et le panier moyen de la période diminue de 2,4 % vs 2013 et de 3,8 % vs 2009/13 à 1,93 kilo.

Top achat P1-P5/2013 = pommes, oranges, bananes, clémentines, poires, fraises.

### Légumes

Entre le 30 décembre 2013 et le 18 mai 2014, les achats de légumes frais des ménages ont augmenté de 1,9 % par rapport à 2013 et de 2,5 % par rapport à la moyenne 2009/13, soit 3 tonnes pour 100 ménages.



(source panel de consommateurs Kantar – élaboration FranceAgriMer)

Comme pour les fruits, le taux de pénétration reste stable en légumes à 91,5 % (+ 0,8 % vs 2013 et + 1,4 % vs

2009/13). Le nombre d'actes d'achats, soit 19,9 pour la période, augmente par rapport à 2013 (+ 1,4 %) et à la moyenne 5 ans (+ 3 %), alors que le panier moyen baisse de 0,3 % vs 2013 et de 1,8 % vs 2009/13 à 1,65 kilo.

En revanche, le niveau moyen d'achat (32,94 kilos par ménage) progresse de 1,2 % par rapport à 2013 et à la moyenne quinquennale.

Le prix moyen d'achat des légumes s'établit, pour sa part, à 2,27 €/kilo (+ 0,9 % vs 2013 et - 1 % vs 2009/13).

Top achat période : tomates, carottes, endives, salades, courgettes, oignons, poireaux.

Les légumes bio, qui pèsent pour 4,8 % en volume dans le total des achats de légumes, enregistrent par ailleurs une croissance de 0,7 % par rapport à 2013 et de 15,3 % par rapport à la moyenne quinquennale.

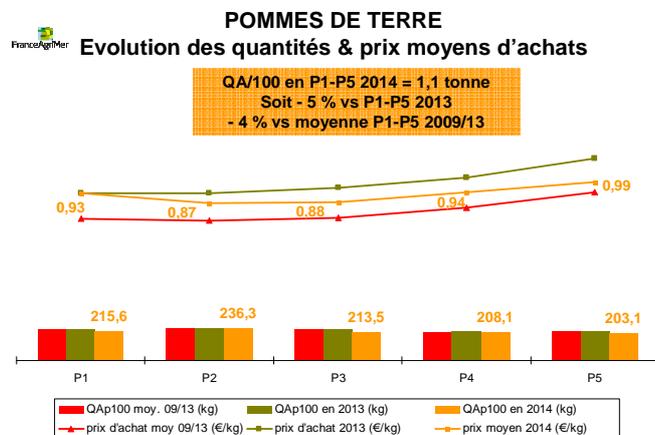
Les fruits et légumes s'inscrivent dans la tendance générale de consommation observée en 2013, à savoir une augmentation de la fréquence d'achat des ménages et une diminution du panier moyen.

Pour ces deux segments de marché, les ménages acheteurs sont majoritairement domiciliés en région parisienne et dans l'Ouest de la France, et privilégient la grande distribution où ils effectuent plus de deux tiers de leurs achats de fruits et légumes.

### Pommes de terre

Les achats de pommes de terre des ménages de la période P1-P5/2013 ont représenté 1,1 tonne, soit - 5 % vs 2013 et - 4 % vs 2009/13 au prix moyen de 0,99 €/kilo (- 7,2 % vs 2013 et + 11,2 % vs 2009/13).

Le pourcentage de ménages acheteurs diminue à 48,9 % (- 4,1 % vs 2013 + 0,6 % vs 2009/13), de même que le niveau moyen d'achat à 22 kilos par ménage (- 1 % vs 2013 et - 4,5 % vs 2013) et la fréquence d'achat à 1,58 (- 1,8 vs 2013 et - 1,6 % vs 2009/13).



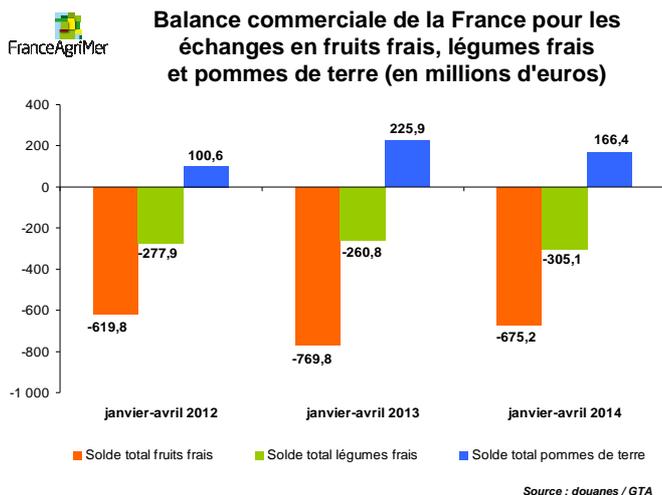
(source panel de consommateurs Kantar – élaboration FranceAgriMer)

Le panier moyen de pommes de terre s'établit à 2,78 kilos par ménage, soit en augmentation de 0,9 % vs 2013 et en recul de 3 % vs 2009/13.

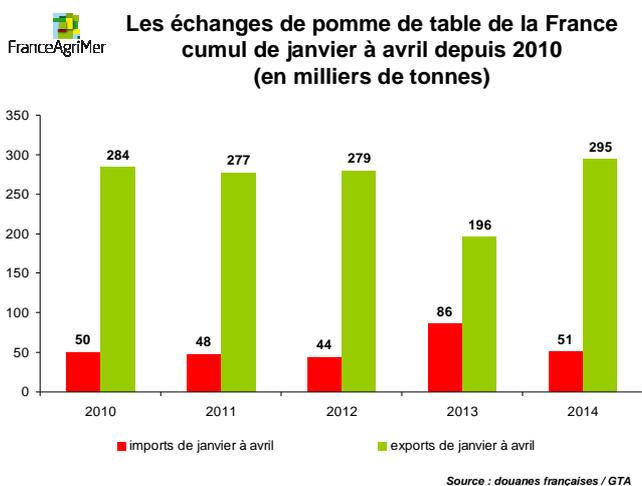
## Commerce extérieur

Sur les 4 premiers mois de 2014, le déficit commercial observé est plus élevé que les années précédentes pour les légumes frais (-305 millions d'euros, soit +17 % vs les 4 premiers mois de 2013). A l'inverse, le déficit des échanges en fruits frais s'est réduit (-675 millions d'euros, soit -12 % vs 2013).

Dans le même temps, l'excédent des échanges commerciaux de la France en pomme de terre, qui s'élève à plus de 164 millions d'euros, est en net recul par rapport à la période de janvier à avril 2013 (-26 %).

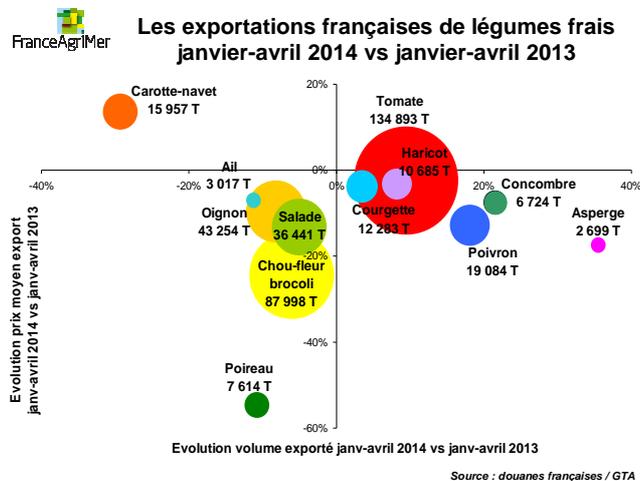


Pour les fruits frais, par rapport aux 4 premiers mois de 2013, l'amélioration de la balance commerciale en 2014 s'explique essentiellement par un retour à une situation « habituelle » pour les échanges en pomme de table. En effet, en 2013 la France avait aggravé son déficit commercial pour les échanges en pomme de table en raison de la très faible récolte de 2012. Cette dernière n'avait pas permis d'obtenir des niveaux suffisants pour maintenir un certain volume à l'export et pour répondre aux besoins du marché français (recours aux importations).

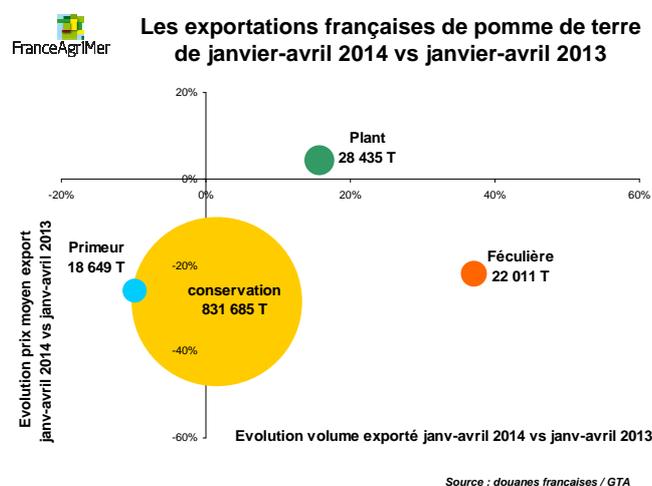


Pour les légumes frais, la hausse du déficit commercial sur la période de janvier à avril 2014 par rapport à la précédente campagne est en partie due à la moindre valorisation des exportations. Le prix moyen à l'export

est effectivement en recul pour tous les légumes à l'exception des carottes et navets (dont les volumes sont en forte diminution). Les chutes de prix les plus marquantes concernent les exportations de chou-fleur/brocoli (-24 %) et de poireau (-55 %).



Le recul de l'excédent commercial des échanges de la France en pomme de terre de conservation sur janvier-avril 2014 par rapport à la précédente campagne est principalement dû à la baisse du prix moyen des exportations. En effet, pendant que les volumes exportés ont stagné à +1 %, le prix moyen à l'export a diminué de 28 %. La situation des exportations de pomme de terre primeur est relativement similaire avec des volumes en diminution de 10 % et une baisse du prix moyen de 26 %. La pomme de terre destinée à l'industrie féculière a également vu son prix moyen à l'export diminuer mais cela a été compensé par une hausse importante des volumes (+36 % vs janvier-avril 2013). Cette tendance pour le début d'année 2014 succède à une précédente campagne 2013 plutôt atypique : les exportations françaises avaient été fortement valorisées en raison de la baisse de récolte observée à l'automne 2012 en France et dans l'ensemble des pays du Nord-Ouest de l'Europe.



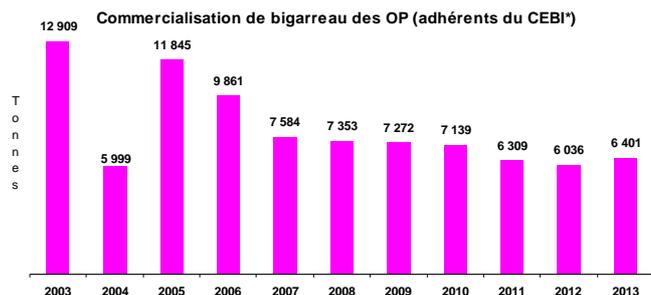
Néanmoins, sur le début d'année 2014, la situation des exportations de plants de pomme de terre est assez différente : la hausse des volumes exportés (+16 % vs janvier-avril 2013) se conjugue à une revalorisation du prix moyen (+4 %).

## Marché du bigarreau d'industrie

### Récolte 2013

En 2013, malgré une forte croissance des besoins industriels, les volumes sont restés faibles bien en deçà du potentiel de production.

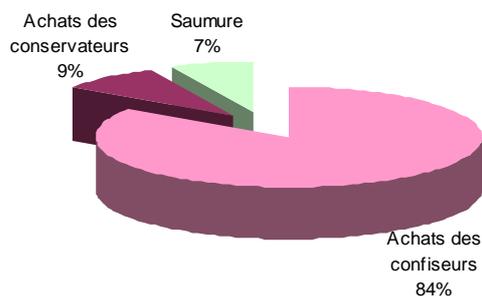
Avec 6 613 tonnes (dont 6 401 tonnes issus des OP), la récolte nationale 2013 a été, cette année encore, de faible importance en raison de conditions climatiques défavorables. Les principales régions de production du bigarreau à destination de la transformation sont la région PACA (85 %), le Languedoc-Roussillon (14 %) et Rhône Alpes (1 %).



Source : \* Comité économique du bigarreau d'industrie (CEBI)

### Commercialisation

#### 2013 - Récolte et débouchés de Bigarreau (en tonnes)



Source : \* Comité économique du bigarreau d'industrie (CEBI)

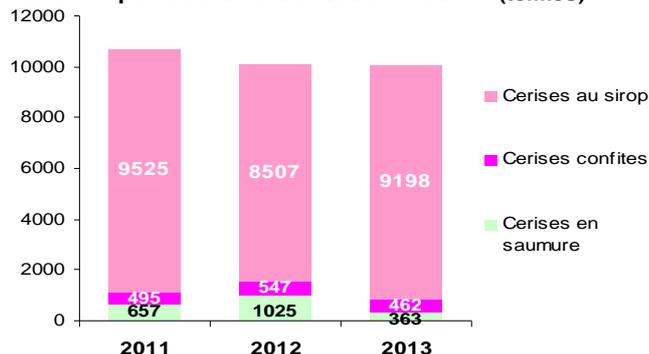
**Confiserie :** Le changement d'actionnaire du principal confiseur marque un tournant dans la stratégie du secteur. En effet, cet industriel a décidé d'arrêter la baisse permanente de ses volumes depuis 7 ans grâce à une stratégie agressive de prix et de reconquête de parts de marché. L'augmentation annoncée des besoins s'est toutefois heurtée à la faiblesse de la récolte et finalement les tonnages achetés en France n'évoluent que de 1 000 tonnes par rapport à 2012.

**Sirop :** Seulement deux entreprises ont fabriqué du bigarreau au sirop en 2013. Les tonnages demeurent très faibles.

Sous la pression de la demande insatisfaite des industriels confiseurs, la **mise en saumure** pour l'exportation n'a représenté que 460 tonnes en 2013.

## Commerce extérieur

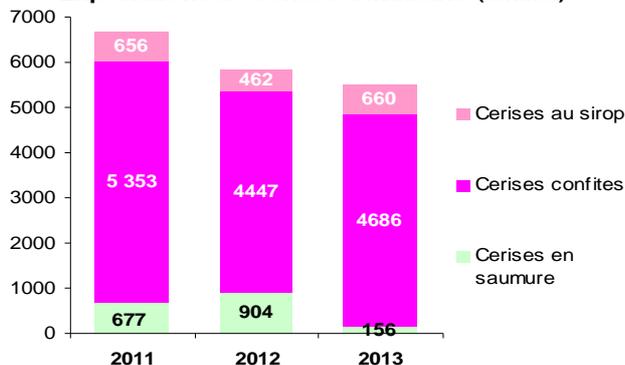
### Importations de cerises d'industrie (tonnes)



Source : Douanes françaises

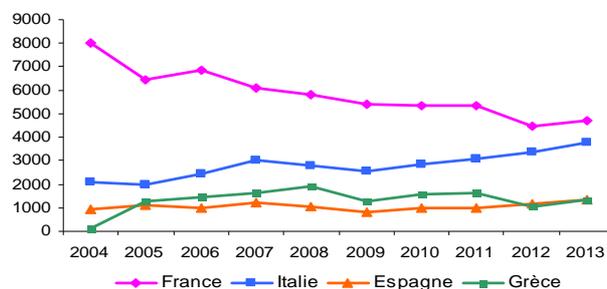
Ce sont près de 9 200 tonnes de cerises au sirop qui sont importées en France et qui alimentent presque exclusivement la consommation française. Ce marché est principalement alimenté par des importations de cerises appertisés en provenance d'Allemagne et de Turquie.

### Exportations de cerises d'industrie (tonnes)



Source : Douanes françaises

En 2013, le marché des cerises confites montre un redressement sensible après plusieurs années de stagnation, voire de baisse. Tous les pays profitent de cette évolution. L'effet de la nouvelle stratégie des confiseurs français n'est pas évident (ils ne progressent que de 5,3 % dans un marché en hausse de 11,2 %)



Source CEBI

**Rédaction :** unité Cultures et filières spécialisées - unité Cotations et informations de conjoncture / direction Marchés, études et prospective