

# Note de conjoncture

> L'analyse économique de FranceAgriMer



● 10 juillet 2018

## La situation des fruits et légumes d'été en 2018

Les marchés des fruits et légumes d'été connaissent actuellement des difficultés : les conditions climatiques défavorables du printemps et du début d'été ont impacté la production, en quantité, comme en qualité, et sont peu favorables à la consommation des produits de saison. En fruits, la météo mitigée perturbe la mise en place et le bon déroulement des campagnes **cerise**, **abricot** et **pêche-nectarine**. En légumes, le marché est morose en **tomate**, **courgette** et **melon**, un peu plus dynamique en **artichaut** et **concombre**.

La campagne **cerise** débute fin mai. La persistance des pluies perturbe la récolte des variétés précoces et fragilise la tenue des fruits. Les variétés à chair ferme qui arrivent ensuite subissent également les incidents climatiques obligeant certains producteurs à freiner les cueillettes. Les pertes et les frais de tris sont importants. Si le consommateur est intéressé, les problèmes de tenue limitent les ventes et les cours peinent à se maintenir. Depuis le début de la campagne, ils restent inférieurs à ceux de 2017 et à la moyenne quinquennale.

La campagne **abricot** débute également fin mai dans des conditions difficiles. Les variétés précoces ont été impactées par le gel et les intempéries qui ont limité les disponibilités. Les mauvaises conditions météo ne favorisent pas la mise en place du produit et sa consommation, et la qualité des produits est impactée (mauvaise tenue, défaut de coloration, etc.). Dans ce contexte, la demande reste orientée sur les produits espagnols. Mi-juin, l'approvisionnement bascule doucement vers la production française alors que l'offre poursuit son développement. En fin de mois, malgré une amélioration de la qualité des produits, le commerce demeure lent face à une demande hésitante.

La campagne **pêche-nectarine** 2018 démarre mi-juin avec deux semaines de retard par rapport à l'année 2017. Les mauvaises conditions climatiques ont fortement impacté la production et l'offre est déficitaire. La mise en

place de la campagne est pénalisée par une demande faible et la concurrence des produits espagnols. Fin juin, les ventes sont fluides et l'offre est inférieure à la demande. Les cours sont supérieurs à ceux de la dernière campagne et à la moyenne quinquennale.

Alors que les volumes d'**artichaut** sont plus faibles qu'attendus, les nombreuses opérations de mise en avant, programmées de longue date, font grimper les cours à des niveaux record. Les ventes hors engagement sont lentes.

Le marché du **concombre** est relativement équilibré : l'offre peu abondante s'écoule facilement. La concurrence européenne est peu intense, permettant aux cours de se maintenir au-dessus de la moyenne quinquennale.

Après un mois de situation de crise conjoncturelle, le marché de la **tomate** retrouve l'équilibre début juillet. Le commerce s'active grâce au retour des conditions climatiques estivales. Les nombreuses opérations de promotion mises en place par la distribution favorisent l'écoulement des produits, en particulier de la grappe et les cours remontent.

La campagne de commercialisation de la **courgette** a démarré timidement fin avril en raison des mauvaises conditions météo, du manque de pollinisation et de l'interdiction des régulateurs de nouaison. En mai, la montée en puissance de la production nationale et la concurrence des produits espagnols entraîne un déséquilibre du marché et un recul des cours. Fin juin, la demande est lente et inférieure à l'offre et les cours se maintiennent au niveau de la moyenne 5 ans.

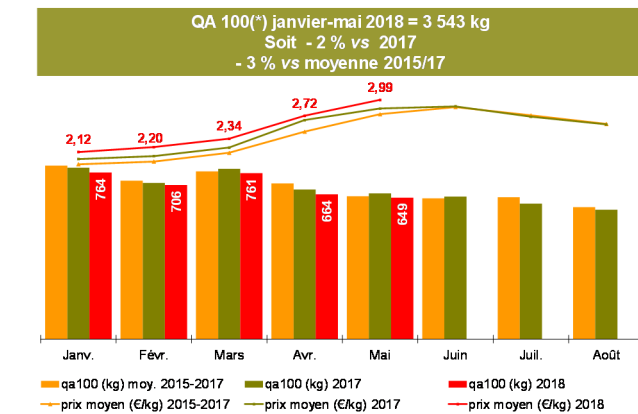
Dès le lancement de la campagne, les ventes de **melon** sont freinées par les conditions météo et la présence importante de produits espagnols sur les étals. La consommation ne s'enclenche pas, et la qualité hétérogène des produits ne favorise pas les ventes. Début juillet, le retour du beau temps dynamise la consommation et les cours se redressent.

## Consommation (Source Kantar Worldpanel) Janvier-mai 2018

### Fruits

Durant les cinq premiers mois de l'année 2018, les achats en volume de fruits frais des ménages français pour leur consommation à domicile (3 543 kg pour 100 ménages) sont en légère diminution par rapport la même période en 2017 (- 2 %) ainsi que par rapport à la moyenne triennale (- 3 %).

#### FRUITS Evolution des quantités & prix moyens d'achats



Source : Kantar WorldPanel

Durant cette période, les fruits les plus achetés (en volume) ont été les pommes, les oranges, les bananes, les clémentines, les poires et les fraises.

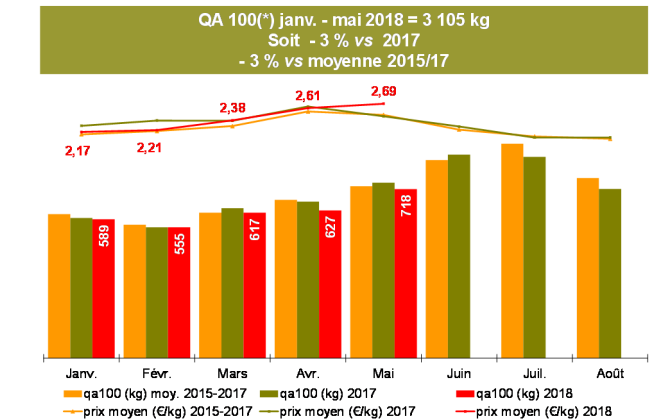
Année	Quantités achetées / 100 ménages (en kg)			Var. %
	Jan-mai 2017	Jan-mai 2018		
Pommes	730	703	- 4 %	
Oranges	666	650	- 2 %	
Bananes	630	630	-	
Clémentines	400	421	+ 5 %	
Poires	205	189	- 8 %	
Fraises	186	165	- 12 %	
<b>Total fruits</b>	<b>3 633</b>	<b>3543</b>	<b>- 2 %</b>	

Source : Kantar WorldPanel

### Légumes

Pour les légumes, les volumes d'achats de la période allant de janvier à mai 2018 sont en également en léger retrait : les ménages français ont acheté, pour leur consommation à domicile, 3 105 kg de légumes pour 100 ménages, soit - 3 % par rapport 2017, ainsi que par rapport à la moyenne triennale.

#### LEGUMES Evolution des quantités & prix moyens d'achats



Source : Kantar WorldPanel

Les légumes les plus achetés durant cette période ont été les tomates, les carottes, les endives, les salades, les courgettes et les oignons.

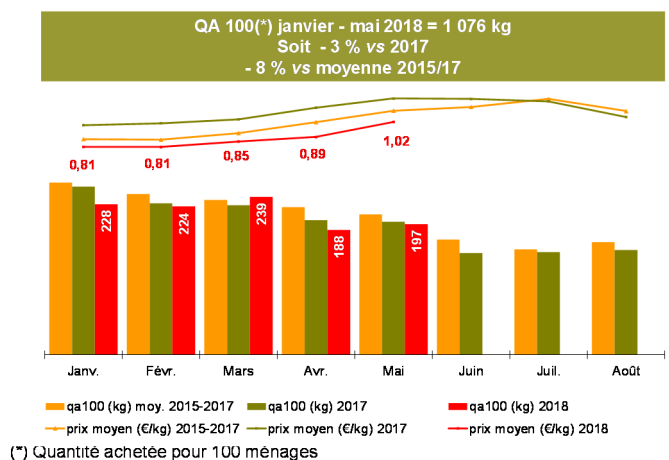
Année	Quantités achetées / 100 ménages (en kg)			Var. %
	Jan-mai 2017	Jan-mai 2018		
Tomates	454	439	- 3 %	
Carottes	431	404	- 6 %	
Endives	278	267	- 4 %	
Salades	215	215	-	
Courgettes	200	205	+ 2 %	
Oignons	200	190	- 5 %	
<b>Total légumes</b>	<b>3 195</b>	<b>3105</b>	<b>- 3 %</b>	

Source : Kantar WorldPanel

### Pommes de terre

Les achats de pommes de terre ont reculé durant les premiers mois 2018 : avec 1 076 kg pour 100 ménages, ils sont inférieurs de 3 % aux achats de la même période en 2017 et de 8 % par rapport à la moyenne 2015/17.

#### POMMES DE TERRE Evolution des quantités & prix moyens d'achats

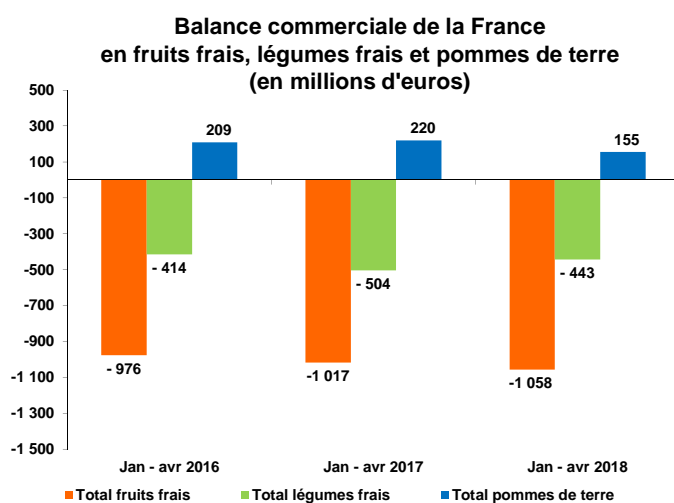
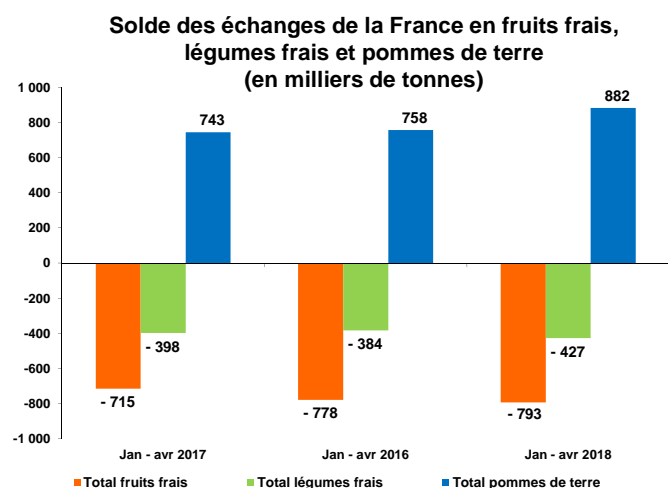


Source : Kantar WorldPanel

Ceci alors que les prix des pommes de terre qui avaient fortement chuté à l'automne 2017, demeurent inférieurs à la moyenne au début de l'année 2018.

## Commerce extérieur

Janvier-Avril 2018



Source : Douanes françaises / GTA

### Fruits

Durant la période janvier-avril 2018, le déficit du solde des échanges en volume de la France en fruits frais s'est encore creusé et dépasse les 790 000 tonnes (soit une augmentation de 2 % par rapport à la même période en 2017).

Cet accroissement du déficit est le résultat croisé de l'augmentation des importations et surtout de la diminution des exportations. Les exportations de pomme (premier fruit exporté) ont notamment diminué de 3 %.

La hausse du déficit est légèrement plus forte en ce qui concerne la balance commerciale : il dépasse à nouveau le milliard d'euros, soit une augmentation de 4 % vs 2017.

### Légumes

Avec un total de plus de 440 millions d'euros en 2017, le déficit commercial de la France pour les légumes frais s'est pourtant partiellement résorbé (-12 % par rapport à 2017). C'est la diminution du montant des importations (870 millions d'euros, soit -16 % vs 2016) qui explique cette réduction du déficit. Cependant, le déficit des échanges en volume, augmente en 2018 (+11 % vs 2017).

### Pommes de terre

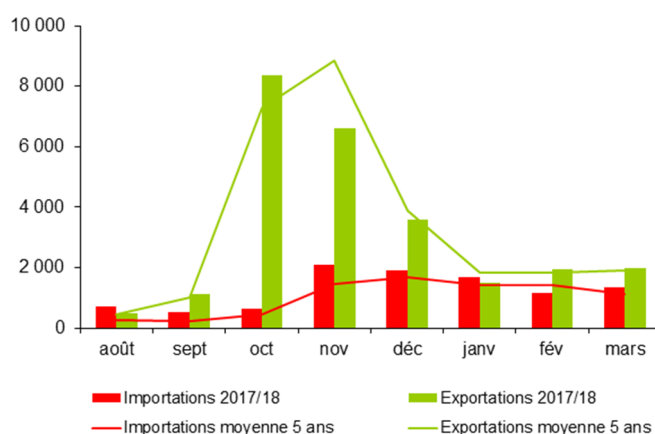
Pour les pommes de terre, la campagne 2017/18 se caractérise par une forte production et donc des volumes très importants disponibles sur le marché dès l'automne 2017, entraînant une crise conjoncturelle sur le marché français. Les volumes exportés se sont accrus, mais à des prix inférieurs à la campagne précédente. En conséquence, le début de l'année 2018 reste marqué par une augmentation des volumes exportés (+12 %), mais une forte diminution de l'excédent commercial (-29 %) qui demeure cependant largement positif (+155 millions d'euros).

### Focus noix campagne 2017/18

La récolte 2017 est en baisse de 18 % par rapport à 2016. Le produit est de belle qualité, malgré des calibres inférieurs à la moyenne. En début de campagne, les températures trop élevées sont peu propices à la consommation. L'offre étant limitée, les volumes s'écoulent néanmoins à des cours supérieurs à 2016.

L'essentiel des exportations de noix depuis la France se fait généralement sur les mois d'octobre et novembre, avec un pic en novembre. Cette campagne 2017/18 se démarque pourtant par de fortes exportations en octobre mais un net retrait en novembre. Si bien que les volumes exportés sont globalement en retrait 25 600 tonnes sur la période de d'août 2017 à mars 2018, soit -12 % par rapport à la campagne 2016/17, mais également -5 % par rapport à la moyenne quinquennale.

### Les échanges mensuels français de noix (en coque ou sans coque) en 2017/18 vs moyenne 5 ans (en tonnes)



Source : Douanes françaises / GTA

Durant cette même campagne, les importations françaises, qui concernent des volumes bien plus modestes, ont à l'inverse connu une forte hausse par rapport à 2016/17 (+11 %) et dépassent 10 000 tonnes. Cette augmentation est encore plus importante si on la compare à la moyenne quinquennale (+25 %).

Ainsi l'excédent commercial de la France a fortement diminué par rapport à la précédente campagne : il s'élève à 41 millions d'euros sur la période d'août 2017 à mars 2018, ce qui représente une diminution de 29 % par rapport à la campagne 2016/17 et de 27 % par rapport à la moyenne quinquennale.

## Focus légumes transformés et compétitivité européenne en 2016

### La filière française

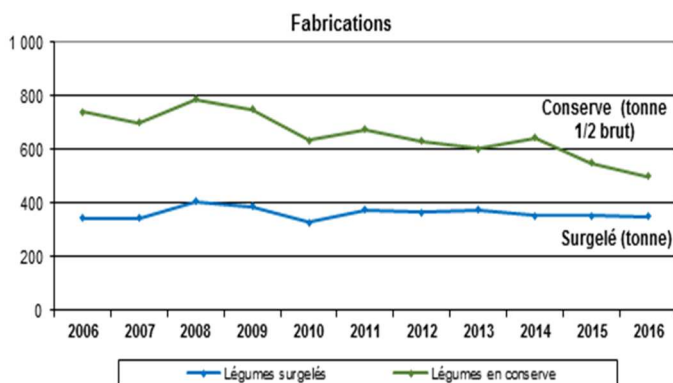
La filière française des légumes transformés couverts par le champ interprofessionnel\* de l'UNILET, comporte 19 organisations de producteurs et 22 sites de transformation pour 63 800 ha mis en culture et une production agricole hors maïs doux de 828 000 t en 2016.

Les fabrications totales 2016 de légumes en conserve sont inférieures de plus de 20% à la moyenne quinquennale et les fabrications totales de légumes surgelés inférieures de 6 % à la moyenne quinquennale.

La France exporte :

- 46 % de sa production de légumes en conserve
- 54 % de sa production de légumes surgelés

En conserve, le solde des échanges est équilibré en volume (avec maïs doux) mais déficitaire en valeur. En surgelé, les soldes en volume et en valeur demeurent déficitaires.



Source : Unilet

En 5 ans, les achats des ménages et les utilisations en restauration de légumes en conserve ont diminué de 3 % en volume. En surgelé, les achats et utilisations en restauration sont stables en volume.

### La filière européenne

La France est le leader européen pour les légumes en conserve avec 25 % des fabrications de l'Union Européenne.

Les surfaces de pois et haricots dominent les cultures de légumes destinés à l'industrie, hors tomates et pommes de terre (57 %). 61 % des volumes produits sont des pois, haricots, épinards et carottes.

La France, l'Italie et la Hongrie fabriquent 57 % des légumes en conserve européens, hors tomates et champignons.

La Belgique, les Pays Bas, l'Espagne, la Pologne et la France, fabriquent 72 % des légumes surgelés européens, hors tomates, pommes de terre et champignons. La Belgique occupe le premier rang avec 31 % des fabrications de l'Union.

Les flux d'échanges européens de légumes en conserve sont supérieurs à 2,4 millions de tonnes.

Les flux d'échanges des légumes surgelés portent sur plus de 2,9 millions de tonnes.

### La compétitivité de la filière française

La France demeure sur ses deux principales productions, pois et haricots, un grand pays producteur, transformateur et exportateur au niveau européen.

Elle bénéficie d'une bonne compétitivité agricole ce qui permet aux producteurs d'approvisionner sous contrats des industriels des pays limitrophes (Belgique, Espagne, Pays Bas).

La filière française est toujours dominante en légumes en conserve (hors tomates), sur un marché européen qui évolue peu, mais ses parts de marché se réduisent en raison de la concurrence d'autres pays intra ou extra européens (Hongrie en pois et Afrique en haricots verts).

En légumes surgelés, les échanges avec la Belgique sont dominants et varient selon les besoins de ce pays leader et premier exportateur au niveau européen.

Sur les marchés extra européens, l'exportation des productions françaises est devenue très marginale (haricots surgelés vers les Etats Unis, et pois en conserve vers la Russie) en raison des coûts de transport, des taux de changes défavorables (évolution de la parité euro/dollar) et du développement de filières de production/transformation locales.