

● 17 mars 2020

La situation des fruits et légumes d'hiver-printemps en 2020

Mars est une période transitoire. Les campagnes d'hiver se terminent et celles de printemps débute. La météo des deux derniers mois ayant été instable, elle a eu de forts impacts sur les différentes productions. En effet le mois de février a été doux et les températures supérieures aux normales de saison. A l'inverse les températures ont chuté en début de mars, avec la présence de fortes pluies et du vent. Ainsi les campagnes de printemps ont débuté précocement, comme pour la **fraise**, la **tomate** et l'**asperge**. Cependant le climat dégradé n'a pas incité à la consommation, exception faite du **concombre**. En parallèle, ce climat froid relance la demande pour les produits d'hiver tels que le **poireau** ou la **laitue d'hiver**, qui ont souffert d'un manque de consommation en début février. Concernant la **pomme** et le **kiwi**, l'inadéquation entre les calibres recherchés par la demande et ceux présents à l'offre commencent à peser sur le marché.

Le début de la campagne est précoce en **tomate**. L'offre se met lentement en place sur les variétés ronde et grappe. Les variétés typées commencent à apparaître dans le Sud-Est. Cependant la demande est peu présente. La météo des dernières semaines de février et de début mars, combinée aux congés, n'a pas dynamisé la consommation. Les produits marocain et espagnol sont fortement présents sur le marché. Dans ce contexte des concessions de prix apparaissent. Les inquiétudes se manifestent concernant la propagation du virus ToBRFV. Actuellement une seule exploitation est touchée, dans le Finistère.

La météo printanière précoce mais instable a rendu les volumes de production d'**asperge** irréguliers. La demande a été freinée par le climat et les vacances scolaires. Les prix se sont maintenus jusqu'à la fin du mois de février malgré une demande peu présente, grâce à une offre limitée. Cependant le froid, la pluie et le vent de la première moitié de mars ont provoqué une chute des volumes. Le froid risque d'entraîner une baisse des calibres. Les prix deviennent difficiles à tenir face à une demande absente.

L'offre en **concombre** s'est mise en place doucement avec une forte dominance des petits calibres. La demande s'est bien positionnée sur ce produit et l'absence de la concurrence espagnole sur les étals favorise une consommation nationale. La météo récente a freiné le

développement des concombres. L'offre étant en-deçà de la demande actuelle, les prix sont en hausse.

En février, le marché du **poireau** a été calme, après une période de congés et un climat doux qui n'ont pas encouragé la demande. Ainsi malgré une offre modérée, les prix ont affiché une baisse. Cependant les intempéries des premières semaines de mars ont entraîné une chute de l'offre (difficultés d'arrachage). En parallèle les températures en baisse ont relancé la demande. Dans ce contexte les cours sont en hausse.

Le climat doux et les températures au-dessus des normales de saison en début février ont accéléré la pousse des **laitues d'hiver**. De plus le besoin des producteurs de vider leurs tunnels pour préparer les cultures de printemps a provoqué une hausse conséquente de l'offre. Cependant la demande s'est montrée peu intéressée. Des concessions sur les prix ont été faites, en-deçà des coûts de revient. Le temps s'étant dégradé depuis le début de mars, la production a ralenti mais l'offre reste importante face à une demande peu dynamique.

Pour les **fraises**, la campagne est précoce en Gariguette et débute fin février. Quelques arrivées de volumes en Ciflorette et Cléry sont aussi à noter. Cependant le vent et la pluie en mars entraînent un ralentissement des apports et l'offre affiche une baisse. La demande est peu dynamique et les consommateurs ne sont pas encore attirés par ce produit. Malgré une offre limitée, les prix baissent. Des actions commerciales commencent à se mettre en place pour stimuler la demande.

En **pomme** le marché est peu dynamique. L'offre en petits calibres pèse sur le marché, face à une demande en recherche de gros calibres. Les températures souvent douces et les congés ont fortement ralenti le marché. Des problèmes de qualités apparaissent, notamment en Chantecler. Les transactions se maintiennent pour les variétés club. Globalement les prix restent stables. L'export a fortement été handicapé en début d'année par les opérations de blocage des ports. Cependant en Gala, Granny et Pink Lady la demande est toujours bien présente au Moyen-Orient et en Amérique du Sud.

La demande en **kiwi** a été ralentie par les vacances scolaires. De façon générale celle-ci s'intéresse aux petits calibres. Le marché est calme mais les cours restent fermes. Les stocks de gros calibres ont du mal à s'écouler. Une campagne de communication radio et une mise en avant au Salon de l'Agriculture ont redynamisé la consommation.

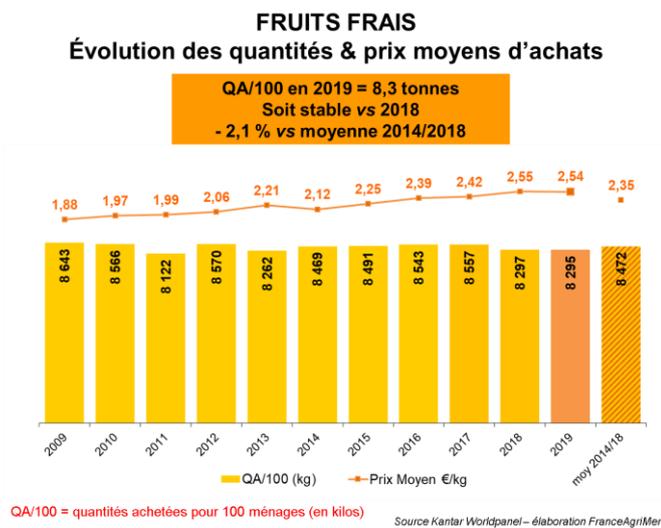
Consommation

Bilan 2019

Source : Kantar Worldpanel pour FranceAgrimer/Interfel/CNIPT

Fruits

D'après les premiers résultats de l'année 2019, les achats en volume de fruits frais des ménages français pour leur consommation à domicile (8,29 tonnes pour 100 ménages) est stable par rapport à 2018 mais reste en diminution par rapport à la moyenne quinquennale (- 2,1 %). Le prix moyen d'achat des fruits se stabilise également en 2019 mais demeure toujours bien au-delà de son niveau moyen sur cinq ans (+ 8,3 %).



Par grande catégorie, le volume d'achat en fruits « métropolitains » est en augmentation (+ 3,2 %) quand celui des fruits exotiques et des agrumes est en baisse (respectivement - 3 % et - 2,6 %).

En 2018, les fruits les plus achetés (en volume) ont été, dans l'ordre : les pommes, les bananes, les oranges, les clémentines, les pêches-nectarines et les poires.

Année	Quantités achetées / 100 ménages (en kg)		
	2018	2019	Var. %
Pommes	1 403	1 422	1%
Bananes	1 388	1 386	0%
Oranges	1 116	1 155	3%
Clémentines	848	793	-6%
Pêches-nect	570	635	11%
Poires	435	404	-7%
Total fruits	8 297	8 295	0%

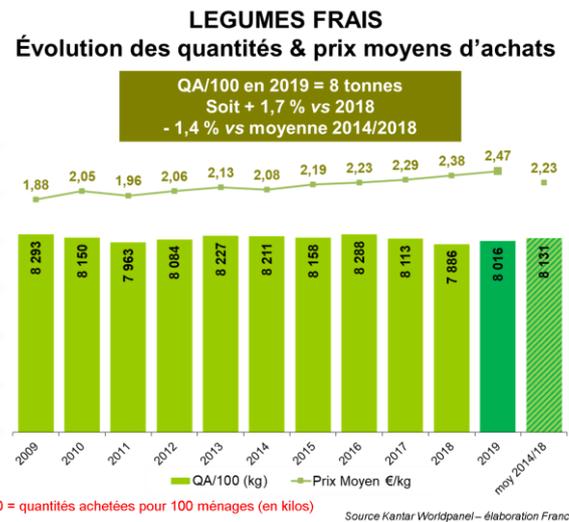
Source : Kantar WorldPanel, élaboration FranceAgrimer

La pomme connaît pour la première fois depuis 2014 une hausse du volume d'achat (+ 1,3 %) même s'il reste en-deçà de son niveau moyen sur 5 ans (- 5,4 %). Pour la poire, le recul des quantités achetées, observé depuis 2014,

s'accentue en 2019 (- 7 %). Pour la banane, les quantités achetées se maintiennent, bien que la taille de clientèle et les sommes dépensées soient au plus haut. Concernant le marché de la clémentine-mandarine, sa taille de clientèle diminue et entraîne cette année une baisse du volume d'achat (- 6,5 %) et des sommes dépensées par les ménages (- 4,8 %). Enfin, la progression des volumes achetés (+ 11,4 %) et des dépenses (+ 4,5 %) en pêche-nectarine s'explique par un accroissement de la taille de la clientèle et de la fréquence d'achat par rapport à 2018, qui avait été une année déficitaire en offre.

Légumes

Pour les légumes frais, les volumes d'achats, avec 8 tonnes de légumes achetées pour 100 ménages, sont en hausse cette année par rapport à 2018 (+ 1,7 %) mais est en diminution par rapport à la moyenne quinquennale (- 1,4 %).



Les légumes les plus achetés ont été, dans l'ordre : les tomates, les carottes, les melons, les courgettes, les salades et les oignons.

Année	Quantités achetées / 100 ménages (en kg)		
	2018	2019	Var. %
Tomates	1 292	1 287	0%
Carottes	880	892	1%
Melons	604	627	4%
Courgettes	506	539	7%
Salades	514	501	-2%
Oignons	469	471	0%
Total légumes	7 886	8 016	2%

Source : Kantar WorldPanel, élaboration FranceAgrimer

Dans la famille des légumes-fruits, on observe un développement quasi-général des achats, en volume comme en valeur. En tomate, les quantités achetées demeurant stables, les dépenses ont essentiellement progressé via le prix (+ 6 %). En melon, les volumes d'achats ont augmenté cette année par rapport à 2018

(+ 4 %) mais demeure en diminution par rapport à la moyenne quinquennale (- 5,5 %). Concernant les achats de courgette, leur progression en volume (+ 6,6 %) et en valeur (+ 2,2 %) est liée à des acheteurs plus nombreux et une fréquence d'achat plus élevée.

Dans le groupe des racines, bulbes et tubercules, certaines espèces ont connu des hausses de prix fortes comme c'est le cas pour l'oignon (+ 12 %) mais cela n'a pas impacté le volume d'achat. En carotte, la progression plus modérée du prix (+ 4,2 %) a été accompagnée d'une légère hausse du volume d'achat (+ 1,4 %).

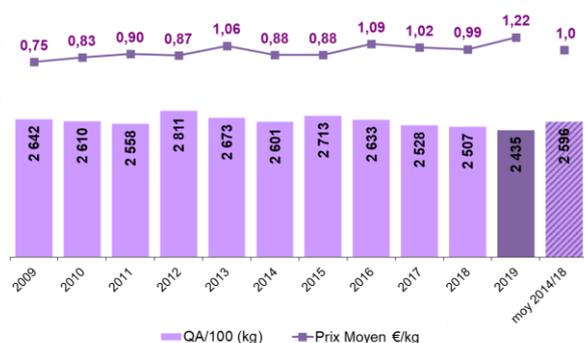
En légumes feuillus ou à tige, les dépenses sont en hausse à l'exception de la salade. En effet, les achats de salade ont connu un recul en volume (- 2,4 %) comme en valeur (- 0,8 %), en raison de la diminution de la fréquence d'achat.

Pommes de terre

Les achats de pommes de terre fraîches continuent leur recul depuis 2015 avec 2,4 tonnes achetées pour 100 ménages en 2019, soit - 2,9 % par rapport à 2018 et - 6,2 % par rapport à la moyenne quinquennale.

POMMES DE TERRE Évolution des quantités & prix moyens d'achats

QA/100 en 2019 = 2,4 tonnes
Soit - 2,9 % vs 2018
- 6,2 % vs moyenne 2014/2018



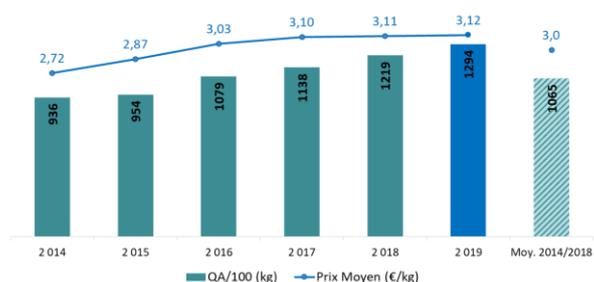
QA/100 = quantités achetées pour 100 ménages (en kilos) Source Kantar Worldpanel – élaboration FranceAgriMer

Focus fruits et légumes bio

Les achats en fruits et légumes frais biologiques représentent 8 % des quantités achetées de fruits et légumes et 10 % des sommes dépensées (+ 2 points de parts de marché en volume et en valeur par rapport à la moyenne 5 ans). Les achats en fruits et légumes biologiques des ménages français sont en progression constante depuis 2015 de 6 % en volume et de 6,5 % en valeur par rapport à 2018, avec des prix d'achat stables depuis 2017.

FRUITS ET LÉGUMES FRAIS BIO Évolution des quantités & prix moyens d'achats

QA/100 en 2019 = 1,3 tonne
Soit + 6 % vs 2018
+ 21 % vs moyenne 2014/2018

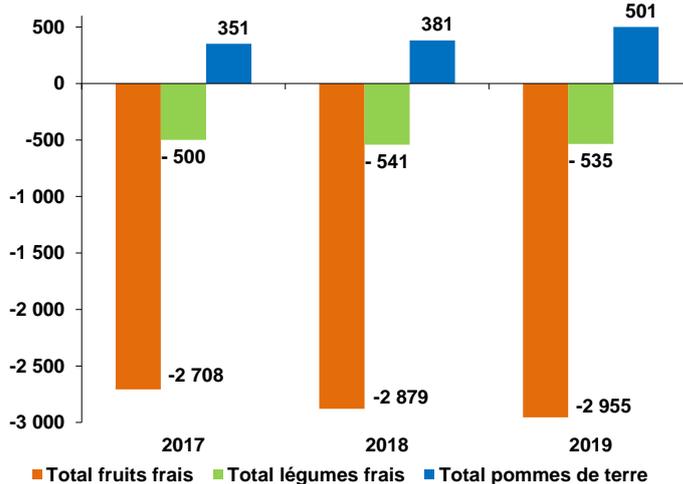


QA/100 = quantités achetées pour 100 ménages (en kilos) Source Kantar Worldpanel – élaboration FranceAgriMer

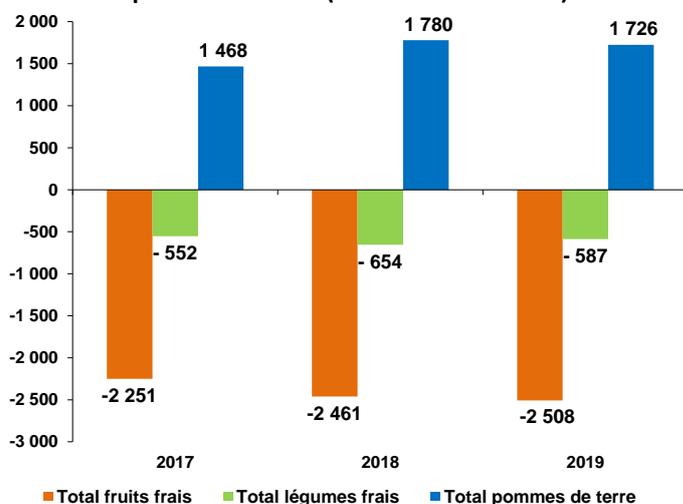
Commerce extérieur

Bilan 2019 (janv.-déc.)

Balance commerciale de la France en fruits frais, légumes frais et pommes de terre (en millions d'euros)



Solde des échanges de la France en fruits frais, légumes frais et pommes de terre (en milliers de tonnes)



Source : Douanes françaises

Durant l'année 2019, le déficit du solde des échanges en volume de la France en fruits frais s'est encore un peu plus creusé et dépasse les 2,5 millions de tonnes (soit une augmentation de 2 % par rapport à 2018). Le déficit de la balance commerciale augmente également et en conséquence, en 2019, il approche désormais les 3 milliards d'euros, soit une augmentation de 3 % vs 2018.

Légumes

A l'inverse, avec un total de - 535 millions d'euros, le déficit commercial de la France pour les légumes frais s'est légèrement résorbé en 2019 (- 1 % vs 2018).

Pommes de terre

Pour les pommes de terre, lors de la campagne 2018/19 les volumes exportés ont diminué, mais à des prix nettement supérieurs à la campagne précédente. En conséquence l'année 2019 reste marquée par une diminution des volumes exportés (1,7 millions de tonnes, soit - 3 % vs 2018), mais une forte augmentation de l'excédent commercial (+ 31 %) qui est donc très largement positif pour la France (plus de 500 millions d'euros).

Focus clémentine

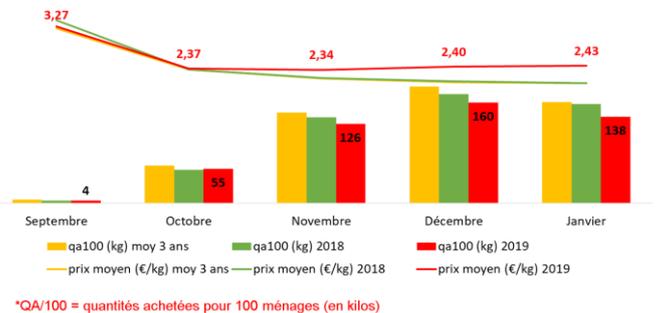
Campagne 2019/20

Cette campagne de clémentine s'est distinguée par des cours élevés tout au long de la campagne. La demande s'est bien positionnée sur ce produit. L'offre quant à elle a été endommagée par les mauvaises conditions météo et les mouvements sociaux. Les problèmes de qualité et l'ambiance commerciale ont affaibli l'offre. Celle-ci s'est retrouvée insuffisante face à une demande forte, ce qui explique les cours élevés.

La achats de clémentines/mandarines des ménages français pour leur consommation à domicile a fortement diminué durant la période septembre 2019 à janvier 2020 (483 kg pour 100 ménages) par rapport à la même période l'année dernière (- 8,4 %) et par rapport à la moyenne quinquennale (- 13,4 %). Ceci s'explique en partie par une offre déficitaire et une hausse des prix moyens d'achats, ce qui a impacté le nombre d'acheteurs avec une taille de clientèle à la baisse.

CLEMENTINE/MANDARINE Évolution des quantités & prix moyens d'achats

QA/100* de septembre 2019 à janvier 2020 = 483 kilos
Soit - 8,4 % vs 2018/19
- 13,4 % vs moyenne 3 ans



Source : Kantar WorldPanel, élaboration FranceAgriMer

Le commerce extérieur a été impacté par le recul de la demande. En effet, durant la période septembre 2019-janvier 2020, les importations françaises de clémentines totalisent 172 400 tonnes, ce qui est légèrement inférieur aux volumes importés sur la même période lors de la campagne 2018/19 (- 5 %).

Les approvisionnements de la France en clémentine sont très concentrés en termes d'origine (l'Espagne et le Maroc concentrent à eux seuls plus de 90 % de volumes). Mais la campagne 2018/19 (période sept 2019- janv. 2020) s'est caractérisée par un léger recul de la part des deux principaux fournisseurs.

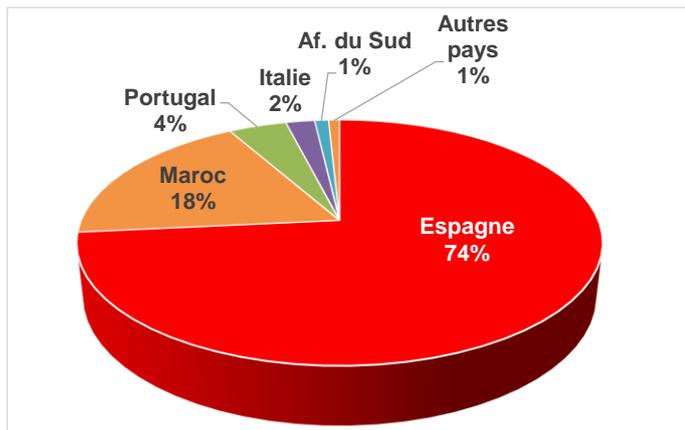
Origine des importations françaises de clémentines

Pays	Quantités importées en tonnes			Var. %
	sept 2018 -janv 2019	sept 2019 -janv 2020		
Espagne	131 388	120 870	- 8 %	
Maroc	32 333	30 244	- 6 %	
Portugal	4 197	6 966	+ 66 %	
Italie	3 255	3 482	+ 7 %	
Af. du Sud	1 429	1 659	+ 16 %	
Autres pays	1 295	1 339	+ 3 %	
Total	173 897	164 560	- 5 %	

Source : TDM / Douanes françaises

Toutefois les quatre premières origines (l'Espagne, le Maroc, l'Italie, le Portugal) accumulent à elles seules plus de 98 % des volumes importés et ce phénomène s'est confirmé 2019/20.

Répartition des importations de clémentines (en vol.)



Source : GTA / Douanes françaises

Ainsi, si dans un contexte de légère baisse des volumes imports (- 5 %), la part du Maroc et de l'Espagne ont légèrement reculé, cette diminution a été en partie compensée par les autres principales origines qui sont en augmentation (notamment le Portugal avec + 66 %). Toutefois l'Espagne garde sa place de fournisseur ultra majoritaire avec près des $\frac{3}{4}$ des volumes importés.