

Note de conjoncture

> L'analyse économique de FranceAgriMer



● 20 septembre 2016

La situation des fruits et légumes d'été en 2016

Les marchés des fruits et légumes d'été se caractérisent par des cours globalement supérieurs à la moyenne quinquennale, du fait d'un déséquilibre entre une offre plus restreinte sur la majorité des produits et une demande favorisée par les conditions climatiques estivales. Mi-septembre, en **tomate** et **concombre**, la demande est active, l'offre limitée, et les cours sont fermes. En **courgette**, le marché est en revanche très déséquilibré et les cours s'effritent. Côté fruits, les derniers volumes de **pêche-nectarine** s'écoulent facilement à des cours fermes, tandis que les ventes de **pomme** et de **raisin** sont plus lentes.

Début septembre, le marché de la **tomate** est dynamique. Les apports restent faibles pour la saison et la concurrence des produits du Benelux est peu importante par rapport aux campagnes précédentes. La météo estivale favorise la consommation, notamment des tomates en grappe (qui font l'objet de nombreuses mises en avant) et l'écoulement est fluide. En conséquence, les prix restent fermes et se maintiennent.

A l'approche de la fin de campagne, le marché du **concombre** est bien orienté. L'offre limitée ne permet pas de satisfaire toute la demande. La campagne espagnole n'est pas vraiment amorcée et l'origine française est toujours recherchée avec un bon référencement en magasins. Début septembre, les cours sont en baisse, mais demeurent au-dessus de la moyenne quinquennale.

A l'inverse, le marché de la **courgette** est fortement déséquilibré. La météo favorise le développement de l'offre, alors que la demande est peu intéressée. Les stocks sont importants, les ventes sont lentes et les cours régressent depuis mi-août. La courgette entre en situation de crise conjoncturelle le 9 septembre.

Le commerce de l'**artichaut** est difficile, pénalisé par une météo peu propice à sa consommation, et par une offre trop limitée pour permettre un référencement optimal du produit au détail.

Fin août, malgré une diminution des volumes de **melon** disponibles et une météo propice à la consommation, les ventes sont lentes sur l'ensemble des calibres. Le melon entre en situation de crise conjoncturelle le 23 août, pour une durée de 5 jours. Au 1^{er} septembre, malgré la sortie de crise, l'indicateur de marché est toujours inférieur à la moyenne quinquennale. Début septembre, le marché est déséquilibré : l'offre est supérieure à la demande et le 8 septembre, le melon est de nouveau en crise conjoncturelle.

La campagne **pêche-nectarine** qui se termine peut être qualifiée de satisfaisante et se caractérise par une production en recul par rapport aux campagnes précédentes. Cet été, le marché a été très actif, les températures élevées ayant favorisé la consommation. En septembre, la fin de campagne approchant, l'offre décline, les ventes restent fluides et les cours sont fermes.

La commercialisation de la **pomme** débute mi-août, avec une semaine de retard comparée à 2015. Au début de la campagne, les ventes sont lentes, les températures encore élevées limitant la consommation, toujours orientée vers les fruits d'été. Début septembre, la rentrée scolaire et les mises en avant permettent de dynamiser l'activité. L'offre est essentiellement constituée de pomme Gala. La demande intérieure demeure timide, mais les départs en direction du grand export sont réguliers et suivis.

La campagne **poire d'été** s'achève sur un bilan plutôt positif. Tout le long de la campagne, les cours ont été supérieurs à ceux de 2015 et à la moyenne 5 ans, grâce à une demande active.

La campagne 2016 **raisin** a commencé début août. En début de saison, le marché est assez timide. Les volumes sont limités, mais l'écoulement est régulier. Fin août, les volumes augmentent en Muscat, Lavallée et Danlas. La mise en place n'étant pas généralisée à l'ensemble des GMS, le commerce est lent. Les nombreuses actions promotionnelles impactent les cours à la baisse, mais ceux-ci restent supérieurs au niveau de la moyenne quinquennale. Le raisin étant de belle qualité gustative et plastique, la mise en longue conservation devrait débiter très prochainement.

Consommation (Source Kantar Worldpanel)

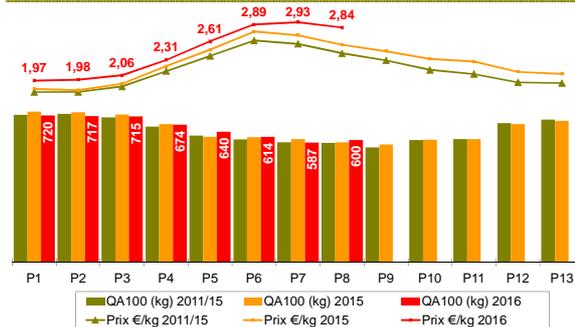
Du 28 décembre 2015 au 7 août 2016

Fruits

Entre le 28 décembre 2015 et le 7 août 2016 (périodes P1-P8/2016), les achats de fruits par les ménages français pour leur consommation à domicile, totalisent 5,3 tonnes de fruits pour 100 ménages, soit -0,5 % vs 2015, mais +0,9 % vs 2011/15.

FRUITS Evolution des quantités & prix moyens d'achats

QA 100(*) en P1-P8 2016 = 5,3 tonnes
Soit -0,5 % vs P1-P8 2015
+0,9 % vs moyenne P1-P8 2011/15



(*) Quantité achetée pour 100 ménages

Source : Kantar Worldpanel – élaboration FranceAgriMer

Concernant les ménages acheteurs (98 % des ménages), le niveau moyen d'achat a également légèrement reculé (58,8 kg par foyer soit -1,1 % vs 2015 mais +0,3 % vs 2011/15). Ceci est la conséquence d'une diminution du poids du panier moyen à 1,8 kg (-1,7 % vs 2015 et -1,5 % vs 2010/14), partiellement compensée par l'augmentation du nombre moyen d'actes d'achat (32) par acheteur sur la période, soit +0,6 % vs 2015 et +0,8 % vs 2011/15).

Sur l'ensemble de la période (périodes P1 à P8, soit du 28 décembre 2015 au 7 août 2016), les fruits les plus achetés sont, dans l'ordre : la pomme, l'orange, la banane, la clémentine, la pêche-nectarine et la poire.

Légumes

Pour les légumes également, les volumes d'achats sont en retrait par rapport à 2015. En effet, entre le 28 décembre 2015 et le 7 août 2016, les français ont acheté, pour leur consommation à domicile, 5,3 tonnes de légumes pour 100 ménages, soit -1,4 % vs 2015 et -0,6 % vs 2011/15.

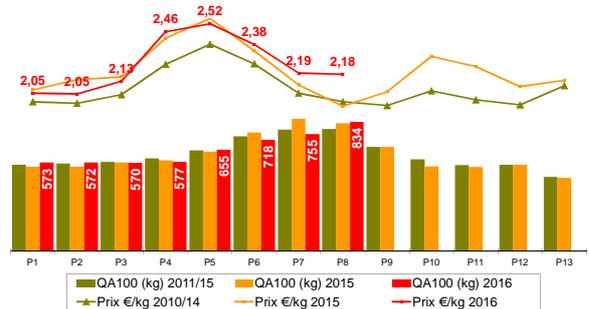
Avec 57 kg par ménage en moyenne sur cette période, le niveau moyen d'achat des ménages acheteurs (99 % des ménages) a reculé en volume (-1,4 % vs 2015 et -0,6 % vs 2011/15), malgré un panier moyen en augmentation (1,8 kg, soit +0,5 % vs 2015 mais -0,4 % vs 2011/15) mais un nombre d'actes d'achats en retrait (32 actes par acheteur, soit -1,6 % vs 2015 et -0,1 % vs 2011/15).

De même que pour les fruits, le prix moyen d'achat au détail (2,24 €/kg) est en augmentation de 1,1 % vs 2015 et 5,9 % vs 2011/15.

LEGUMES (hors pommes de terre)

Evolution des quantités & prix moyens d'achats

QA 100(*) en P1-P8 2016 = 5,3 tonnes
Soit -1,5 % vs P1-P8 2015
-0,2 % vs moyenne P1-P8 2011/15



(*) Quantité achetée pour 100 ménages

Source : Kantar Worldpanel – élaboration FranceAgriMer

Sur l'ensemble de la période, les légumes les plus achetés sont, dans l'ordre : la tomate, la carotte, le melon, la salade, l'endive et la courgette.

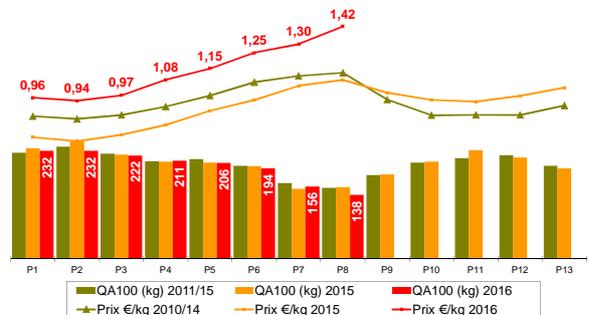
Pommes de terre

Sur la période qui va du 28 décembre 2015 au 7 août 2016, le cumul des achats de pommes de terre par les ménages pour leur consommation à domicile totalise 1,6 tonnes pour 100 ménages ce qui constitue un recul de -2,7 % par rapport à l'année précédente et -2,6 % par rapport à la moyenne quinquennale.

POMMES DE TERRE

Evolution des quantités & prix moyens d'achats

QA 100 en P1-P8 2016 = 1,6 tonnes
Soit -2,6 % vs P1-P8 2015
-2,7 % vs moyenne P1-P8 2011/15



(*) Quantité achetée pour 100 ménages

Source : Kantar Worldpanel – élaboration FranceAgriMer

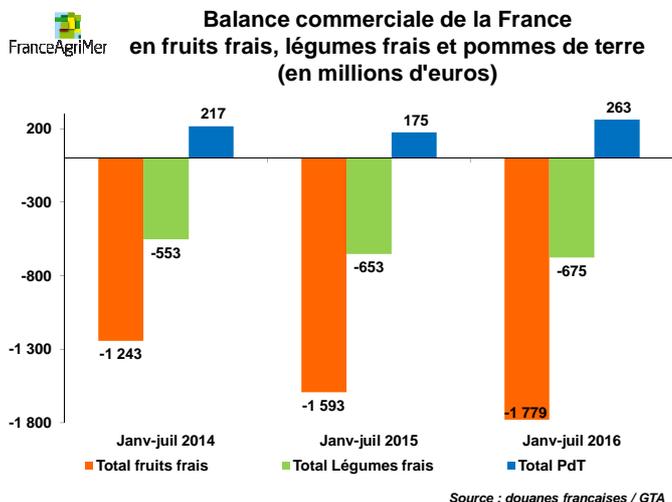
En effet, malgré une hausse du taux de pénétration (86 %), le niveau moyen d'achat (32,3 kg par foyer acheteur) est en fort recul (-5,7 % vs 2015 et -5,1 % vs 2011/15) en raison de la baisse du volume du panier moyen (soit -5,3 % vs 2015 et -4,8 % vs 2011/15) et de la fréquence des achats (13 achats par acheteurs sur la période, soit -0,5 % vs 2015 et 2011/15).

Pour les pommes de terre, l'évolution la plus remarquable sur la période concerne le prix moyen d'achat (1,13 €/kg) qui a fortement augmenté (+33 % par rapport à 2015 et +18 % par rapport 2011/15).

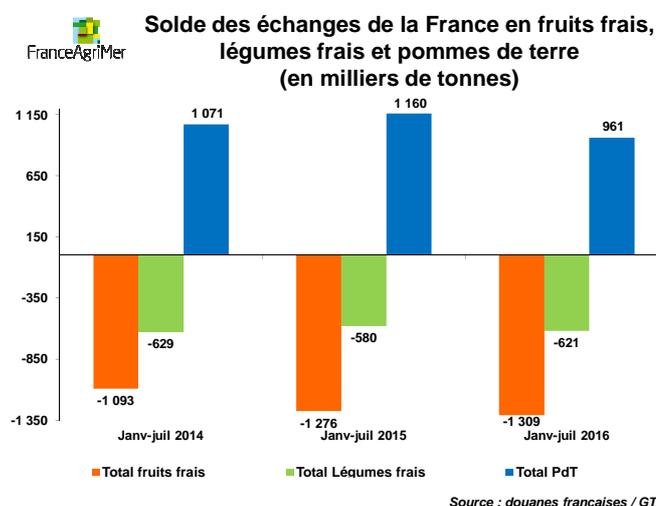
Commerce extérieur (janvier-juillet 2016)

Fruits

Durant les sept premiers mois de l'année 2016, le déficit commercial de la France en fruits frais atteint près d'1,8 milliard d'euros, ce qui correspond à un déficit supérieur de 11 % à celui de la même période en 2015 et de 43 % supérieur à celui de 2014.



En volume, l'accroissement du déficit par rapport aux années précédentes et notamment 2015 (+2,6%) est nettement moindre, c'est donc dans l'augmentation du prix des importations que se trouve la raison principale de cette aggravation du déficit commercial pour les fruits.



Légumes

Avec un total de - 675 millions d'euros sur la période janvier-juillet 2016, le déficit commercial de la France pour les légumes frais s'est également aggravé, mais dans des proportions moindres que pour les fruits (+3,4 % par rapport à 2015 et +22 % par rapport à 2014).

Pommes de terre

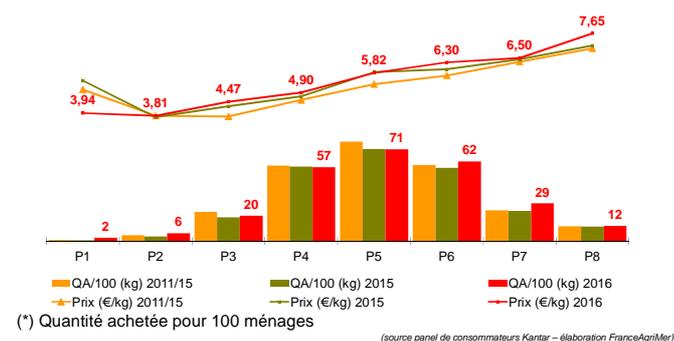
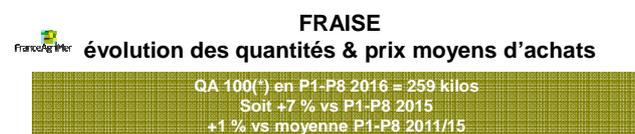
Encore une fois les pommes de terre font exception et présentent au contraire un excédent commercial conséquent. De plus, si le solde des échanges en volume s'est légèrement détérioré, du fait du renchérissement du prix de la pomme de terre à l'export, l'excédent commercial (+ 263 millions d'euros pour les 7 premiers

mois de l'année) a nettement augmenté en 2016 (+50 % par rapport à 2015 et +21 % par rapport à 2014).

Focus fraise

La campagne fraise 2016 est marquée par un rendement globalement en baisse, du fait des conditions climatiques défavorables (pluies et ensoleillement limité) au printemps, et par des cours proches de la moyenne de la dernière campagne.

En 2016, les achats de fraise totalisent 259 kg pour 100 ménages sur les périodes P1 à P8 (du 28 décembre 2015 au 7 août 2016 précisément), ce qui représente une augmentation de 7 % par rapport à l'année précédente. En effet, malgré un retard au mois de mai, la consommation s'est redynamisée en juin et juillet pour finalement dépasser 2015 et terminer proche de la moyenne quinquennale.



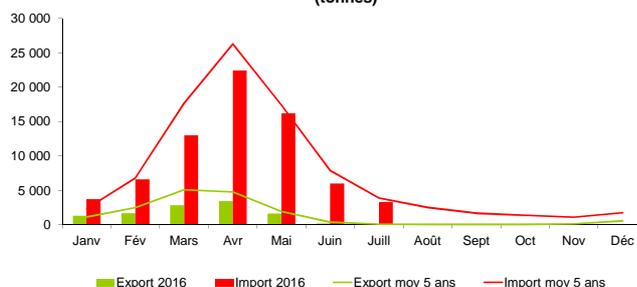
Avec cette hausse de la consommation, les importations ont également augmenté (elles totalisent 71 200 tonnes pour les 7 premiers mois de l'année, ce qui représente une hausse de 5% par rapport à 2015) mais demeurent inférieures à la moyenne quinquennale.

Fraise

Commerce extérieur

Export janv.- juil. 2016 : 11 100 tonnes (-30 % vs moy 5 ans)
Import janv.- Juil. 2016 : 71 200 tonnes (-13 % vs moy 5 ans)

Echanges mensuels de la France en fraise (tonnes)



Source : Douanes France/GTA

Avec 11 100 tonnes sur la même période, le recul des exportations est quant à lui très marqué (-30 % par rapport à la moyenne quinquennale).

Les légumes transformés en restauration hors foyer en 2015

Source UNILET d'après l'observatoire économique « Les légumes transformés en restauration hors foyer » de GIRAfoodservice

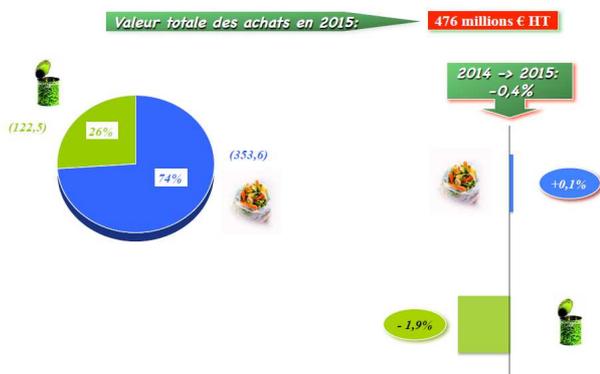
La fréquentation de la restauration diminue pour la quatrième année consécutive. Toutefois ce retrait est de 0,1% entre 2014 et 2015, soit 5 millions de repas servis en moins sur un total de 4 449 millions. Cette légère baisse ne s'est pas traduite de façon homogène sur tous les secteurs. La désaffection pénalise toujours davantage la restauration commerciale alors que la restauration collective est en faible croissance.

Le marché des légumes transformés en restauration

Dans ce contexte, le marché des légumes transformés est en retrait pour la 3^{ème} année consécutive mais sur un niveau très limité en 2015 avec des achats d'une valeur de 476 mios € (-0,4 % par rapport à 2014).

En valeur, 74 % des achats de légumes transformés sont des légumes surgelés, les achats de légumes en conserve (26 %) perdent encore du terrain en 2015 (-1,9% par rapport à 2014) après une baisse de 2,2% en 2014 par rapport à 2013.

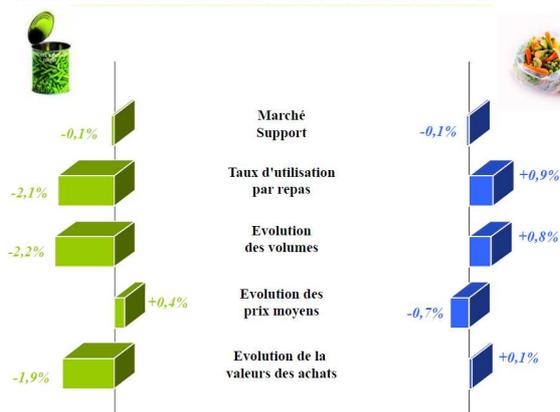
Les achats de la restauration hors foyer en légumes transformés



Les volumes de légumes surgelés se maintiennent (+0,8 % par rapport à 2014) pour s'établir à 258 900 tonnes avec un prix moyen orienté à la baisse après deux années de stabilité. Alors que l'on constate une légère contraction des établissements acheteurs, la quantité mise en œuvre pour la confection des repas progresse (+1,4 %/2014).

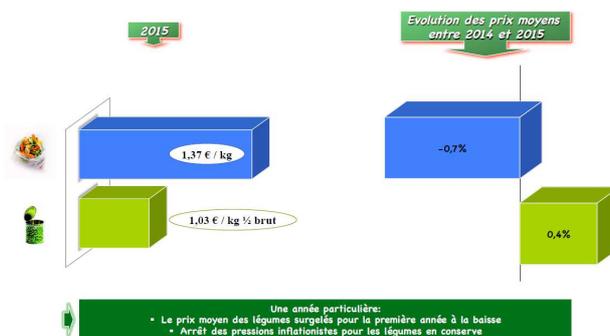
Les volumes de légumes en conserve sont eux, en recul de 2,2 % entre 2014 et 2015 (-2 700 t/2 b) pour s'établir à 119 500 tonnes ½ brut. On peut cependant noter un ralentissement de la dégradation de ce marché (-5 400 t/2 b sur la période précédente).

Les indicateurs de marché entre 2014 et 2015



Le prix moyen pour les conserves est en hausse de seulement 0,4 % alors que les prix enregistraient des progressions plus dynamiques sur les périodes précédentes.

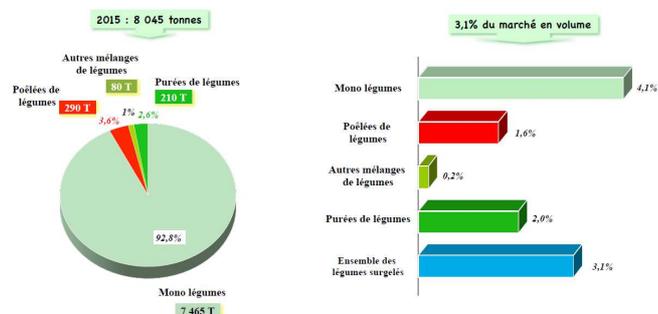
Prix moyen d'achat des légumes transformés en restauration



Les légumes surgelés Bio

Ce marché a gagné 710 tonnes en 1 an pour atteindre 8 000 tonnes en 2015. La croissance des volumes (+10 %/2014) est soutenue par les mono-légumes. Le prix moyen des légumes surgelés bio se contracte en 2015 de 2,4 % par rapport à 2014.

Les surgelés bio en volume



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