



Note méthodologique

Cette note économique mensuelle Fruits et Légumes a été élaborée dans le souci de diffuser périodiquement (environ toutes les 4 semaines) les informations statistiques disponibles sur le secteur des fruits et légumes, auxquelles VINIFLHOR a accès, accompagnées d'une analyse synthétique de ces données.

La note ci-jointe couvre la période du 1er décembre 2007 au 18 janvier 2008, pour les données de commercialisation et les prix moyens.

Pour les autres rubriques, les périodes étudiées ne sont pas identiques, du fait des délais différents de fourniture des informations : les données concernant les achats destinés à la consommation à domicile issues du panel TNS WORLD PANEL sont décalées en moyenne de 1 mois, les données sur les échanges extérieurs (source douanes) le sont d'environ 2 mois.

Nous attirons l'attention du lecteur sur les périodicités variables des données : certaines sont disponibles en périodicité hebdomadaire, d'autres en mensuelle ou en périodes de 4 semaines.

Enfin, les produits référencés ne sont pas exactement les mêmes, selon que l'on étudie les prix moyens du SNM, les données TNS WORLD PANEL et les échanges extérieurs. Les données SNM peuvent être relativement segmentées par rapport aux variétés, calibres, catégories (selon la normalisation de commercialisation), conditionnements, alors que les données TNS WORLD PANEL et douanes sont globales pour toutes variétés et origines confondues.

Les rapprochements entre les différentes informations présentées dans la note doivent donc être réalisés en prenant en compte ces remarques préalables.

Élaboration Division Etudes et Marchés

Sommaire

Carotte (p 10)
Chou-fleur (p 17)
Clémentine (p 24)
Endive (p 28)
Kiwi (p 34)
Laitue (p 40)
Poire (p 47)
Poireau (p 53)
Pomme (p 59)
Pomme de terre de conservation (p 68)

Synthèse et faits marquants

Commercialisation (Période du 1^{er} décembre 2007 au 18 janvier 2008)

Dans un contexte météorologique plutôt atypique pour la période (intempéries en décembre, suivies d'une vague de froid, puis redoux en deuxième décennie de janvier), certains marchés, tels le chou-fleur, l'endive ou la laitue étaient confrontés à un important développement de l'offre, parfois assorti de problèmes qualitatifs, tandis que la consommation en net recul orientait mécaniquement les cours à la baisse.

Le poireau, bien que victime des mêmes maux, réussissait à conserver son équilibre grâce à un déficit d'offre résultant de problèmes d'arrachages, tandis que la carotte évoluait dans un marché routinier.

L'activité était plus satisfaisante du côté des fruits, avec de très bonnes ventes pour le kiwi qui bénéficiait d'un marché particulièrement actif, des sorties correctes en clémentines pendant les fêtes, un bilan correct pour la poire en dépit d'une pression toujours très forte du Benelux, et une bonne reprise pour la pomme avec la réouverture des stations en début d'année.

Du côté de la pomme de terre, en revanche, où l'activité était peu active, un climat tendu semblait s'installer.

Consommation (données 2007 total fruits et légumes frais hors pommes de terre)

Les résultats annuels 2007, de TNS World panel, viennent de nous parvenir. On peut, dans un premier temps, dresser un bref panorama sur les principales tendances qui se sont dégagées durant 2007. Un bilan complet sera effectué, comme tous les ans, après la présentation annuelle par TNS qui aura lieu à VINIFLHOR le 21 février 2008.

Alors qu'en 2006 la situation était plutôt morose en terme de consommation, en 2007 la situation s'est inversée : les acheteurs ont renoué avec les achats de fruits et légumes frais pour leur consommation au domicile. Et cette reprise concerne les légumes mais davantage encore les fruits. En 2007, tous les indicateurs sont à la hausse : ménages acheteurs, fréquence d'achat (ou nombre d'acte d'achat), quantités achetées par acte d'achat et au final les achats globaux en volume et en valeur. Et pour les fruits on observe le niveau le plus élevé des quantités achetées et des sommes dépensées depuis 1998. Ce dynamisme des quantités achetées et des sommes

dépensées par les ménages a principalement touché, en 2007, les agrumes, les fruits exotiques, mais également la fraise, le kiwi, la poire, la prune et le raisin. Seul, point d'ombre la pomme et l'été 2007 car avec l'absence de chaleur, le manque d'ensoleillement et les pluies abondantes, les consommateurs ont boudé les fruits et les légumes (cerise, abricot, melon, ...).

En 2007, parmi les légumes qui ont tiré les achats en volume et en valeur on peut citer : les légumes "ratatouilles" tels que l'oignon, l'aubergine, la courgette et le poivron, mais aussi artichaut, betterave, la famille des choux (brocoli, chou fleur, de Bruxelles, pommé,) carotte, concombre échalote, fenouil, poireau, radis et tomate qui ont tiré leur épingle du jeu, l'endive s'est stabilisée.

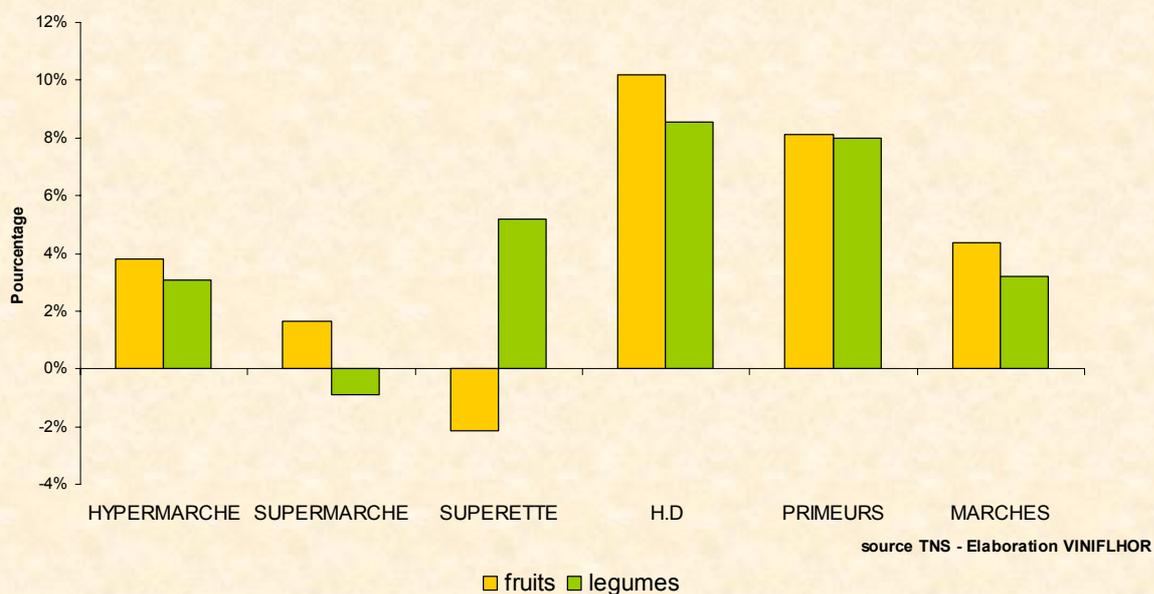
TOTAL FRUITS											
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	ECART N-1
Pénétration en %	98,6	98,3	98,2	98,5	98,0	98,0	98,2	98,1	98,1	98,4	0,3
Niveau Moyen d'Achat en kg par an et par ménage	84,2	80,6	83,7	79,4	76,0	77,0	78,3	79,1	76,8	78,8	2,5%
Fréquence d'achat par an	43,5	41,3	42,4	40,9	39,3	39,5	39,7	39,4	37,8	38,5	1,8%
Quantités achetées par acte d'achat en kg	1,94	1,95	1,98	1,94	1,93	1,95	1,97	2,00	2,03	2,05	0,7%
Budget moyen d'achat en €/an par ménage	140,1	127,9	135,0	140,1	138,8	145,20	143,89	143,18	143,22	148,43	3,6%
Quantités Achetées en tonnes	1 973 825	1 898 436	1 984 434	1 908 474	1 835 803	1 879 420	1 932 467	1 967 441	1 931 311	2 007 989	4,0%
Prix Moyen en €/kg	1,66	1,59	1,61	1,76	1,83	1,88	1,84	1,81	1,86	1,88	1,1%
Sommes Dépensées en k euros	3 282 466	3 013 013	3 200 853	3 367 441	3 353 013	3 541 909	3 551 202	3 563 401	3 599 529	3 782 473	5,1%

TOTAL LEGUMES HORS POMME DE TERRE											
	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	ECART N-1
Pénétration en %	98,7	99,0	98,5	98,6	98,4	98,7	98,8	98,5	98,4	98,7	0,3
Niveau Moyen d'Achat en kg par an et par ménage	87,7	83,7	83,5	80,3	75,6	76,31	77,4	75,6	73,1	74,0	1,2%
Fréquence d'achat par an	47,1	45,2	45,7	44,2	42,0	41,7	41,7	40,4	39,0	39,6	1,5%
Quantités achetées par acte d'achat en kg	1,86	1,85	1,83	1,81	1,80	1,83	1,86	1,87	1,87	1,87	0,0%
Budget moyen d'achat en €/an par ménage	141,4	139,8	145,0	148,1	149,5	149,1	138,2	140,8	141,4	145,1	2,6%
Quantités Achetées en tonnes	2 055 233	1 984 215	1 984 617	1 930 021	1 835 088	1 875 978	1 922 953	1 890 018	1 842 181	1 890 542	2,6%
Prix Moyen en €/kg	1,61	1,67	1,74	1,85	1,98	1,95	1,79	1,86	1,93	1,96	1,4%
Sommes Dépensées en k euros	3 315 451	3 313 893	3 449 124	3 561 429	3 627 571	3 666 439	3 435 084	3 521 379	3 563 439	3 708 360	4,1%

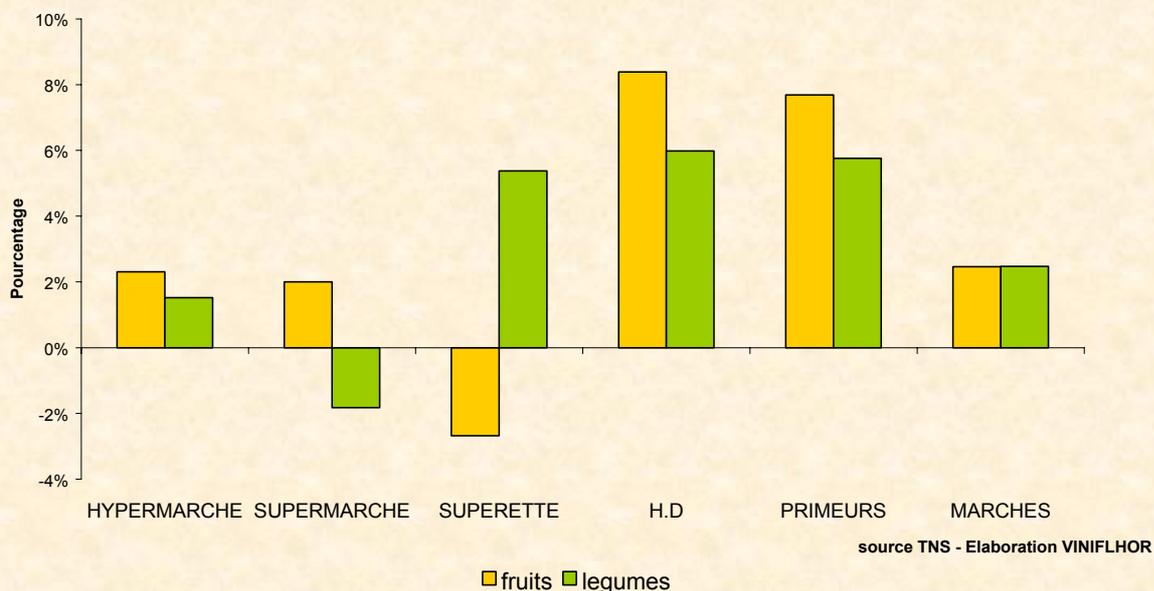
Les circuits de distribution : Reprise du hard discount, dynamisme des primeurs, des marchés et des hypermarchés.

De même, tous les circuits ont bénéficié de l'augmentation des quantités achetées et des sommes dépensées par les ménages en fruits (sauf les supérettes). Quant aux légumes frais seuls les supermarchés et les supérettes continuent de régresser en volume et en valeur. Mais l'évolution des fruits et des légumes la plus importante en volume et en valeur concerne le hard discount. En terme de part de marché volume et valeur les hypermarchés dominent largement suivis des hypermarchés, des hard discount, des marchés et enfin des primeurs.

Evolution des sommes dépensées par les ménages dans les principaux circuits de distribution sur un total fruits et un total légumes hors pomme de terre en 2007

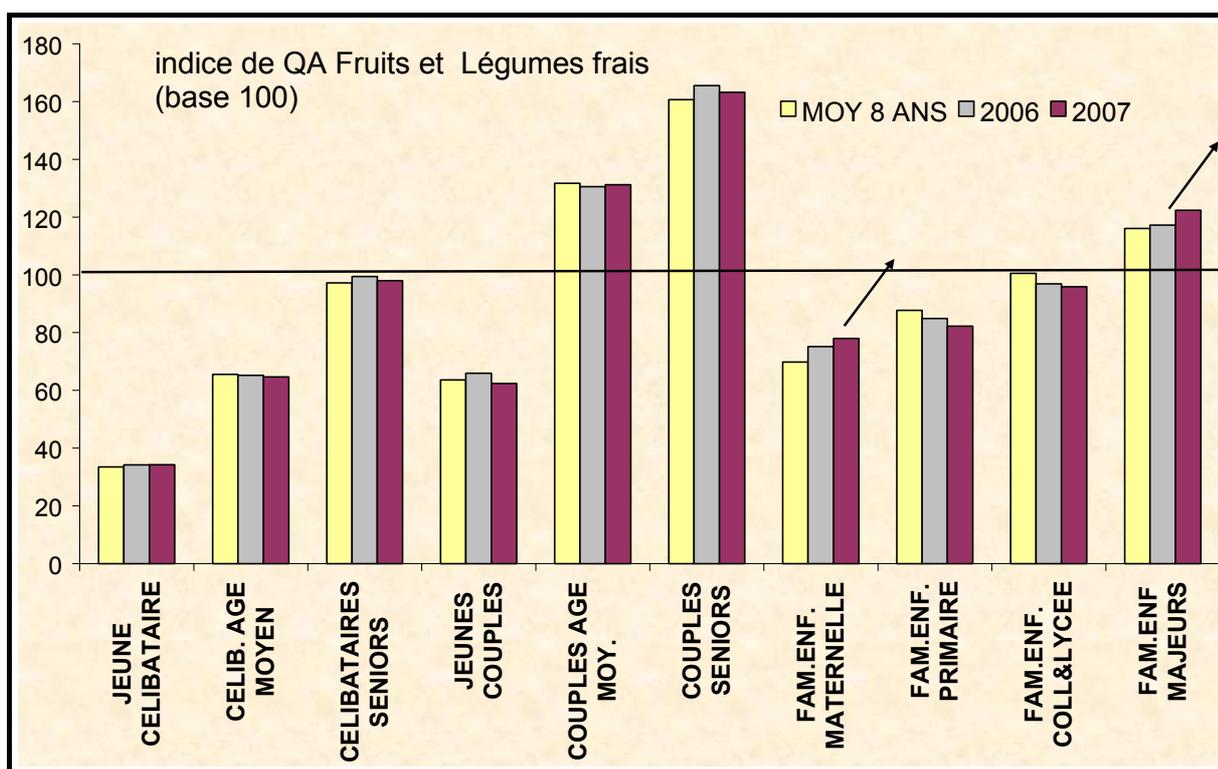


Evolution des quantités achetées par les ménages dans les principaux circuits de distribution sur un total fruits et un total légumes hors pomme de terre en 2007



Les achats selon le cycle de vie : les familles avec enfants en maternelle et enfants majeurs confirment leur intérêt pour l'achat de fruits et légumes frais.

Pour la quatrième année consécutive les familles avec enfants majeurs et avec enfants en maternelle continuent d'augmenter leurs achats que ce soit en fruits ou en légumes. Parmi les jeunes, seuls les célibataires après plusieurs années de baisse semblent stabiliser leurs achats, tandis que les achats chez les jeunes couples régressent. De même, en 2007, le cœur de la clientèle (couples âge moyen et couples seniors) des fruits et légumes faiblit.



Commerce extérieur (du 1er au 13 janvier 2008)

1. Le marché extérieur des fruits

Tendances du marché des fruits

L'activité reprend après les fêtes de fin d'année. La demande en fruits atteint un bon niveau malgré des perspectives économiques plutôt moroses. Le prix élevé de l'énergie et les difficultés liées au pouvoir d'achat jouent sur la tendance.

Situation de la France sur les marchés extérieurs

En **Belgique**, la demande en agrumes se situe à un niveau satisfaisant face à une offre de bonne qualité. Certains agrumes viennent cependant à manquer, notamment les citrons, ce qui dope les prix (1,80 €/kg sur le CEFL). Le prix des clémentines oscille entre 1 €, pour un niveau de qualité standard, et 1,50 € pour les produits de qualité ou de marque spéciales. Les prix des oranges (Navelinas) varient, quant à eux, entre 0,80 -1 € et 1,20 €.

Au **Royaume-Uni**, la semaine 52 était marquée par un très fort niveau d'activité, tandis que le mois de janvier constitue un retour à la grisaille en termes d'affaires. Sur les marchés de gros, les fruits de l'hémisphère Sud ne sont plus présents depuis la semaine 46, soit une à deux semaines plus tard que l'année précédente.

En **Italie**, la conjoncture est moyenne : stable en poire Abate, lourde en agrumes (clémentine, orange). En raisin Italia, on arrive en fin de campagne avec une offre restreinte (raisin des Pouilles sous abri) et des prix très élevés pour les lots de qualité.

Perspectives du marché des fruits

Janvier se déroule convenablement, suivant une tendance en amélioration par rapport à l'année dernière. L'offre répond bien à une demande relativement satisfaisante sur tous les marchés : Scandinavie, Grande-Bretagne, Russie, Espagne, Belgique et grand export.

2. Le marché extérieur des légumes

Tendances du marché des légumes

L'activité reprend progressivement sur la base d'un réassortiment prudent après les fêtes de la part des opérateurs de la grande distribution. Certains produits festifs ont peiné à s'écouler et il faut attendre un dégagement complet des resserres pour faire repartir les commandes et les programmes.

Situation de la France sur les marchés extérieurs

En **Belgique**, la demande pour les légumes importés est assez bonne. Par contre, elle n'est que moyenne pour plusieurs produits belges. Parmi les légumes d'hiver, la demande pour les choux et les poireaux est satisfaisante.

Aux **Pays-Bas**, le froid vif (-5°C) qui a sévi avant Noël a été de courte durée. Depuis, le temps est redevenu humide et doux, ce qui a une incidence sur la production de légumes de plein champ. La demande est cependant assez dynamique, ce qui s'est traduit par des ruptures de stocks dans bon nombre de supermarchés (notamment chez Albert Heijn). Ce phénomène est toutefois classique à cette période où les acheteurs de chaînes de supermarchés préfèrent des manques à gagner plutôt que des invendus,

En ce début d'année, les ventes en légumes frais sont très soutenues. Il y a une bonne demande en légumes saisonniers néerlandais. La production de scarole néerlandaise va bientôt commencer (elle est consommée généralement cuite comme légume chaud).

En **Italie**, l'activité est totalement atone sur les marchés de gros italiens où certains produits de Noël, notamment les fruits exotiques et certains légumes comme les poivrons et les tomates, n'ont toujours pas été vendus en date du 09/01. L'offre en légumes reste essentiellement italienne, laissant peu de place aux importations. La campagne de chou Romanesco débute.

La demande en **échalotes** s'est ralentie par rapport à la période des fêtes où elle était un peu plus soutenue. Le produit de Turquie est de plus en plus présent au détriment du produit français. Le prix fait en effet la différence même si, aux dires des opérateurs, le conditionnement et la qualité

laissent à désirer. Les cotations sont peu homogènes en fonction des marchés de gros. De plus, de calibre beaucoup plus gros que l'échalote de France, le produit de Turquie trouve plus difficilement preneur dans des régions comme l'Emilie Romagne qui apprécient davantage leur IGP de Romagne, même si son prix est fort élevé.

Au **Royaume-Uni**, la période de Noël a été très calme pour les ventes de légumes mais dès la première semaine de janvier, la demande a été très active en légumes-racine notamment. L'opération lancée par Lidl pour attirer une clientèle aisée à la recherche d'une alimentation saine devrait conforter cette tendance à l'engouement pour les légumes. Parmi les produits importés il y a beaucoup de salades espagnoles (romaine et iceberg). L'offre française concerne surtout le chou-fleur qui est de belle qualité : 7,22€/8 têtes.

Perspectives du marché des légumes

La semaine 03 va marquer le retour à une activité que les resserres consécutives aux fêtes de fin d'année ne devraient plus perturber. La douceur du climat va toutefois influencer sur la maturation, les disponibilités et la qualité des produits de plein champ. L'activité des ventes sera aussi fonction d'un niveau de prix raisonnable au stade de détail.

3. Le marché extérieur de la pomme de terre

Tendances du marché de la pomme de terre

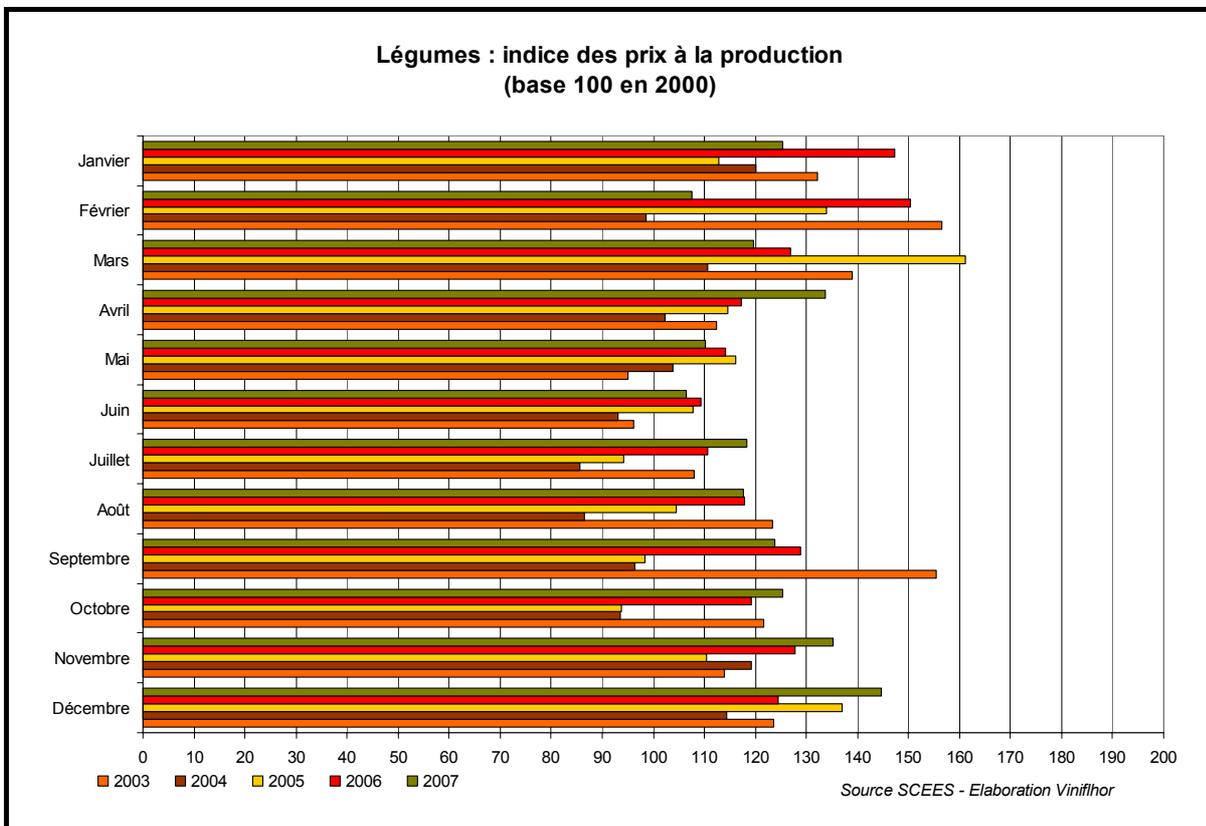
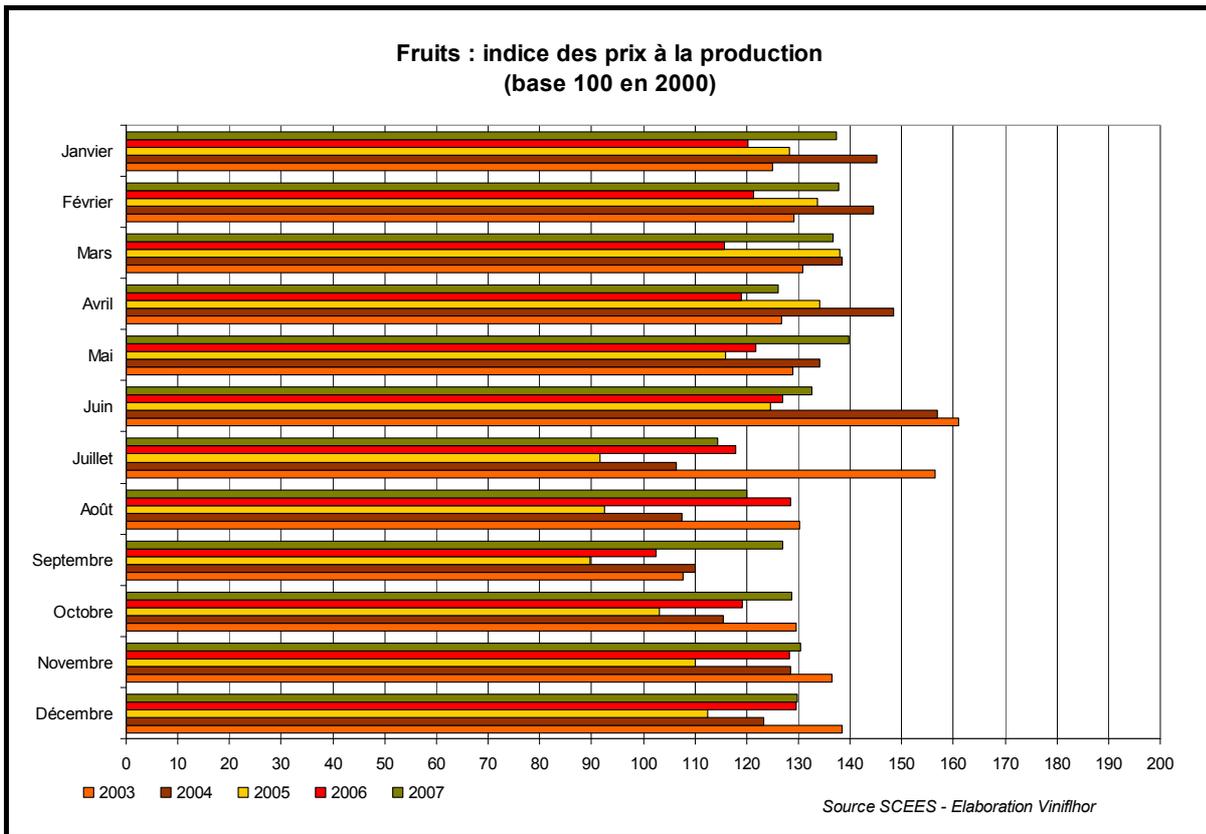
Après le regain d'activité au moment des fêtes de fin d'année, les marchés européens de la pomme de terre sont assez peu dynamiques en ce début 2008. La demande est faible et l'offre a du mal à se valoriser : les prix ne décollent pas.

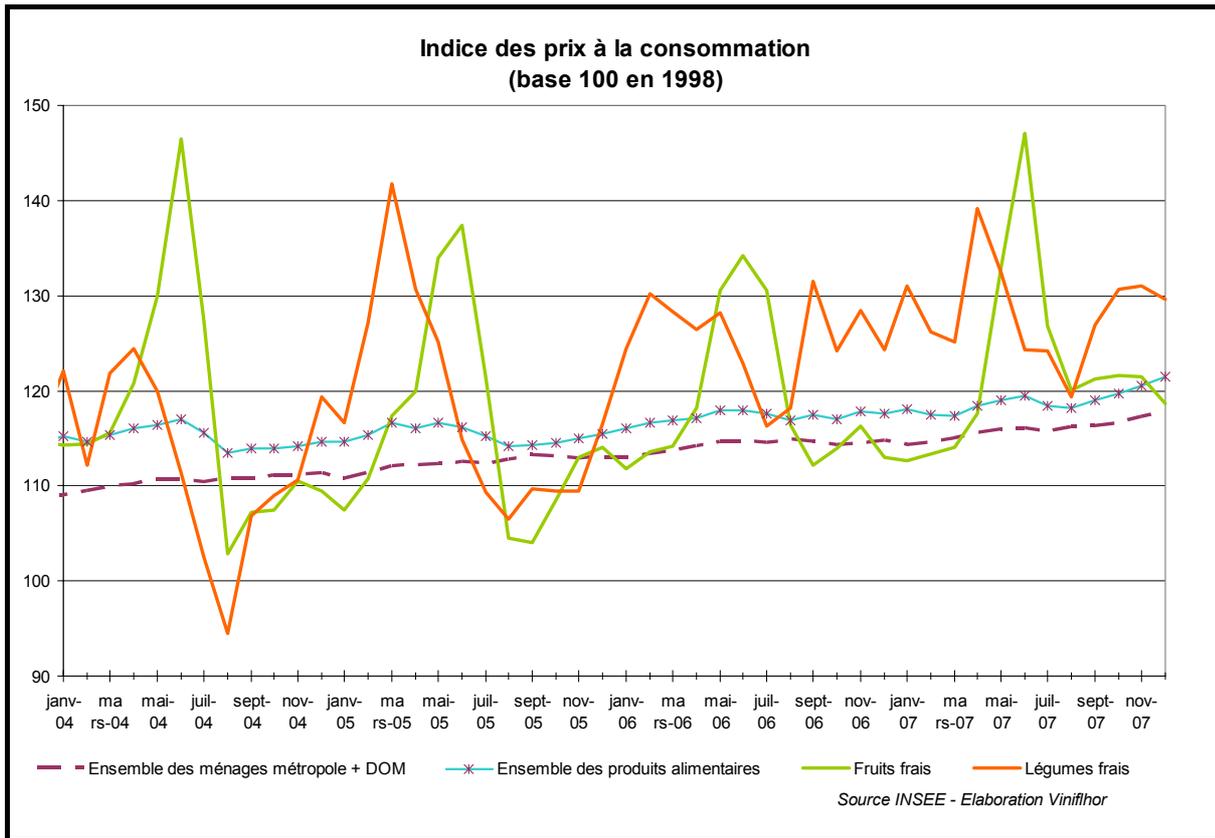
Perspectives du marché de la pomme de terre

Comme on pouvait s'y attendre, le contexte des marchés européens est lourd en ce début d'année et les opérateurs n'espèrent pas une reprise de l'activité dans les semaines à venir. La demande pourrait toutefois reprendre des couleurs, si les températures redevenaient plus hivernales.

Sources : Douanes françaises/UbiFrance/Missions économiques

Informations et indicateurs économiques transversaux





Carotte de conservation

(Campagne française : mai 2007 – avril 2008)

1. PRODUCTION

Calendrier de production de carotte par région



Evolution surfaces (en ha)	France
2007/08	9 132
2006/07	9 282
Variation	-1,62%

Données déc 07

Evolution volumes (en t)	France
2007/08	342 403
2006/07	358 220
Variation	-4,42%

Source : SCEES

2. COMMERCIALISATION (Période du 01/12/07 au 18/01/08)

C'est dans une certaine routine que le marché de la carotte évoluait en décembre.

Les températures froides de la fin de mois n'avaient pas d'impact particulier sur la demande jusque là réservée, mais engendraient des problèmes d'arrachage dans le sud-ouest, situation qui favorisait toutefois le maintien des cours.

En début d'année, la réouverture des collectivités et la reprise des approvisionnements semblaient réactiver le marché dans lequel on observait un développement des ventes dans les deux régions d'expéditions.

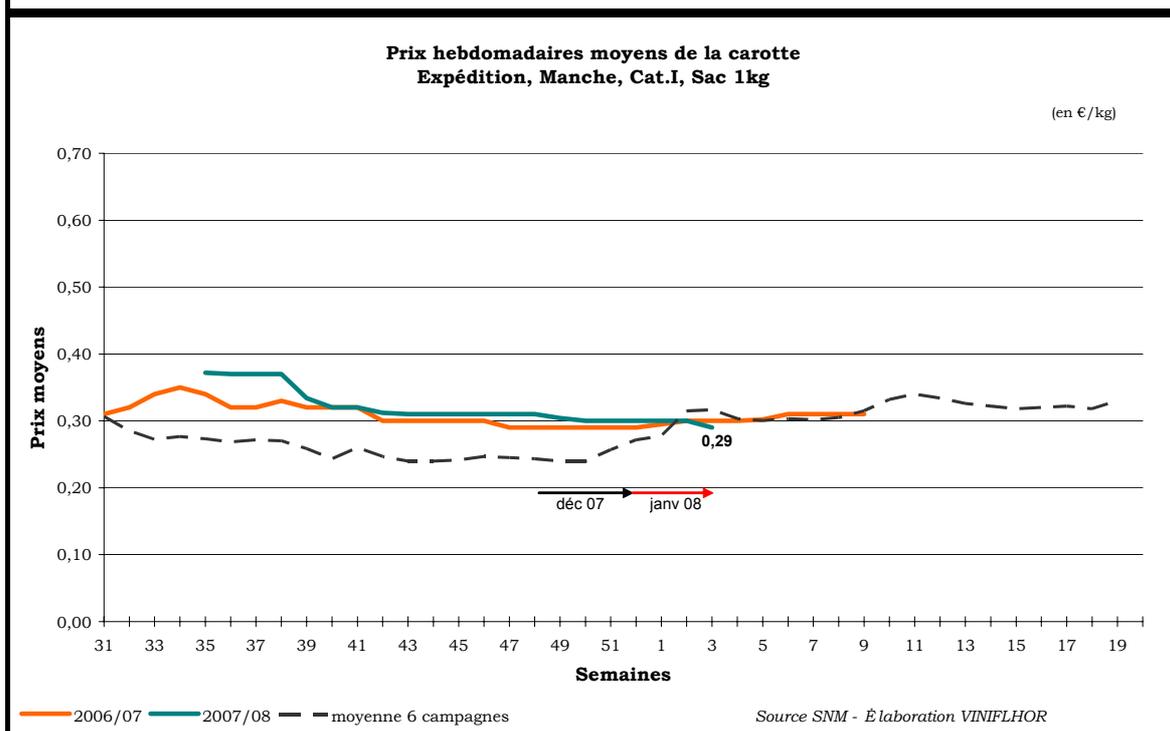
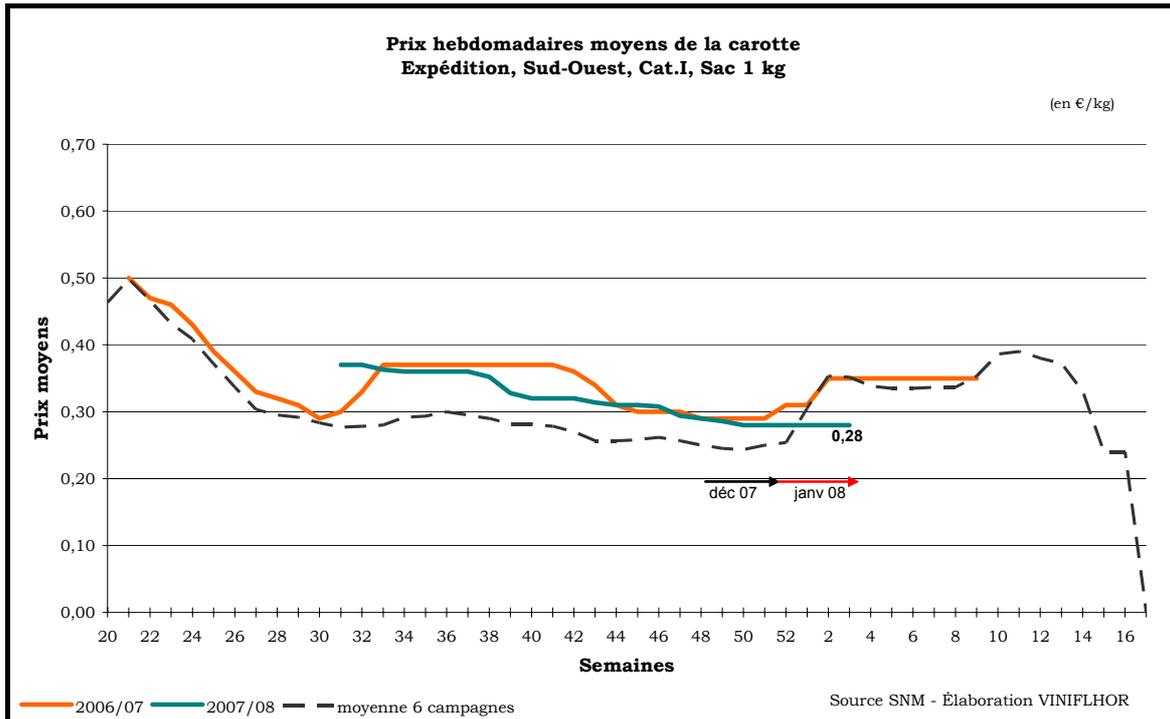
Par la suite, c'est dans la Manche que les arrachages étaient ralentis par les pluies tandis les Landes conservaient un rythme soutenu.

L'offre ainsi réduite, et absorbée en partie par la demande de moins en moins active, permettait le maintien des cours en fin de période.

3. PRIX MOYENS

Prix de détail	S52	S1	S2	S3
Carotte sac 2 kg (le kg)				
Prix moyen de la semaine	0,69 €/p	0,63 €/p	0,70 €/p	0,68 €/p
Taux de présence en GMS	59%	59%	54%	58%
Carotte vrac (le kg)				
Prix moyen de la semaine	1,01 €/p	0,99 €/p	0,98 €/p	0,99 €/p
Taux de présence en GMS	97%	99%	95%	99%

Source : SNM



4. CONSOMMATION (Données disponibles du 2 janv. au 30 déc. 2007)

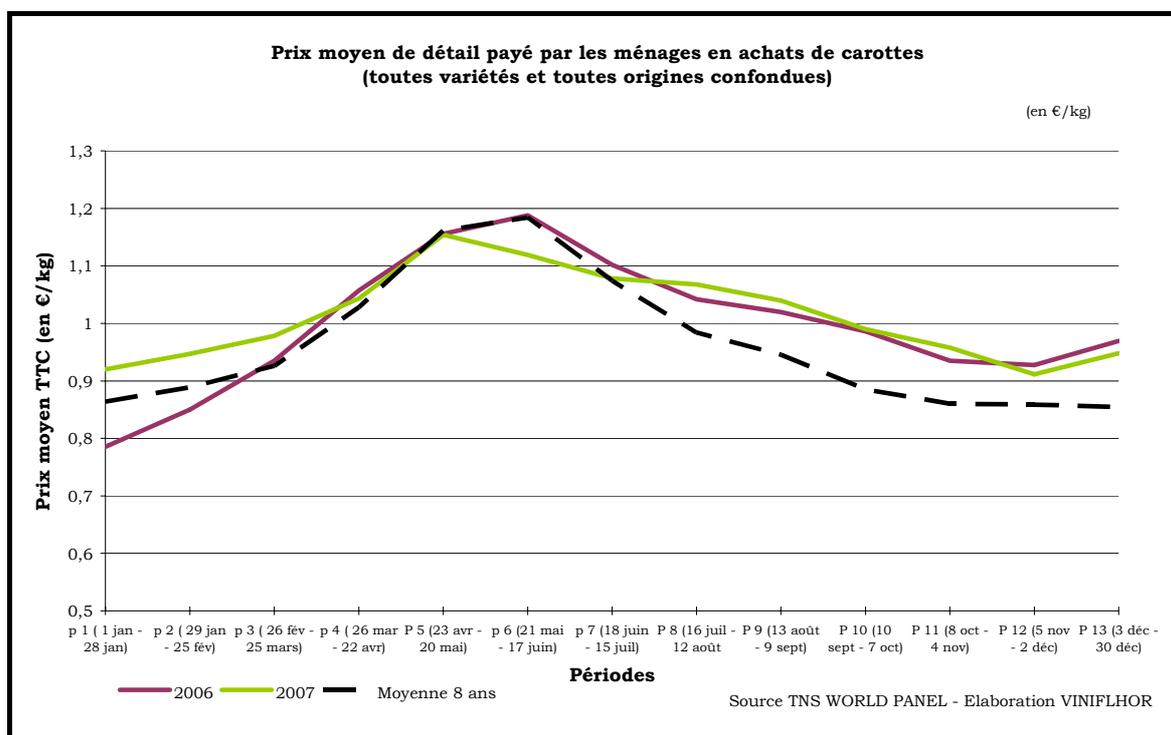
Une campagne qui se termine mieux qu'elle n'a commencé avec des achats qui repartent à la hausse dès la mi-juin

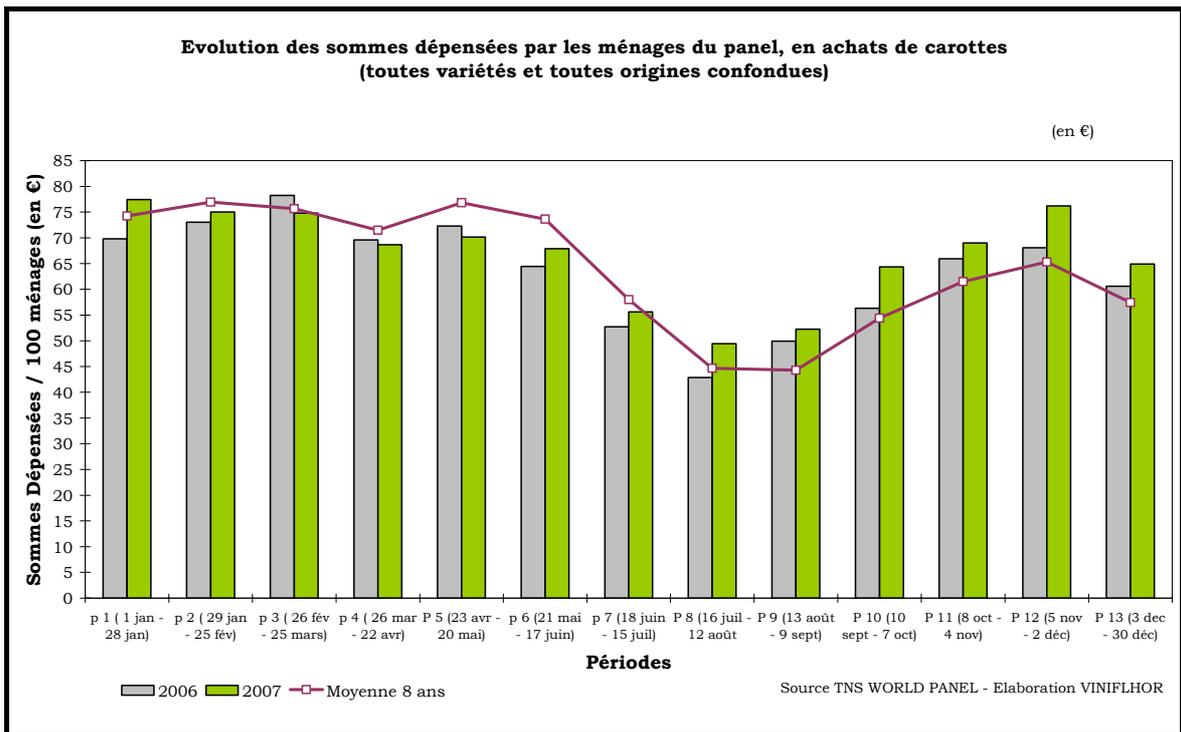
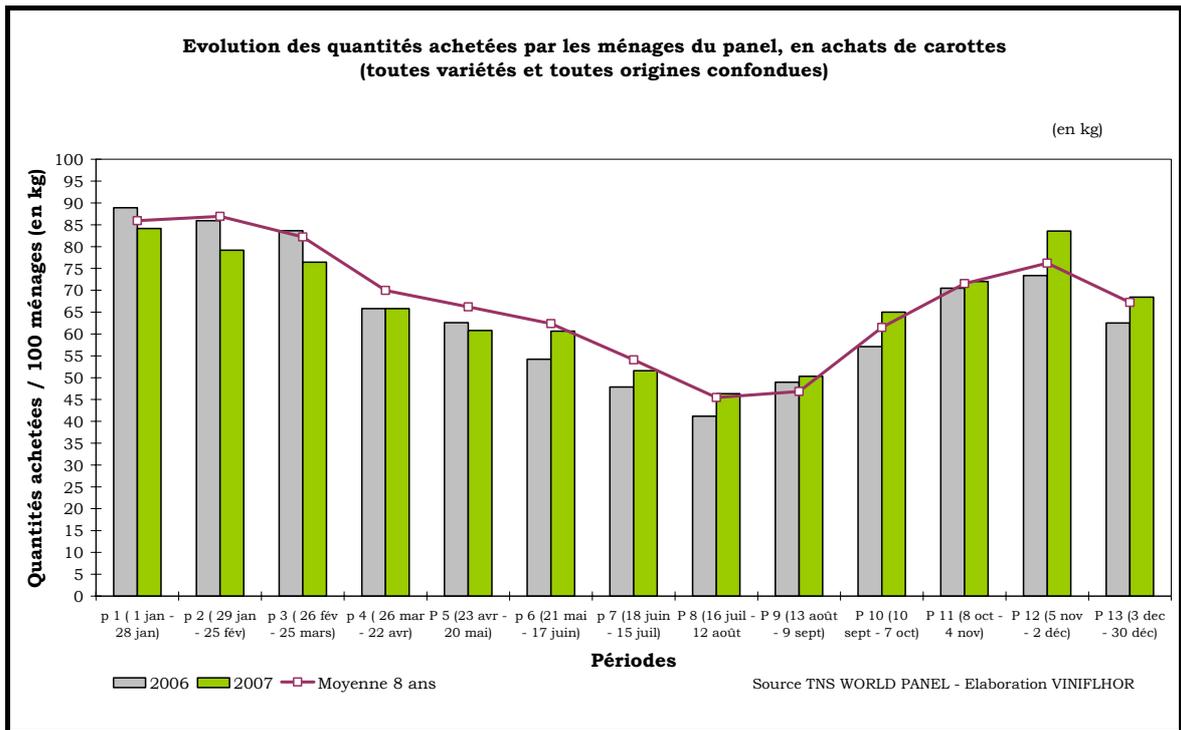
Sur le 1^{er} trimestre 2007, le panel TNS world enregistrait une nette diminution des quantités achetées aussi bien par rapport à 2006 qu'à la moyenne 8 ans et ce recul des achats serait lié à une offre moins importante de ce produit suite aux intempéries climatologiques. Cependant, dès la mi-juin, les achats reprennent quelques couleurs.

Ainsi, les volumes cumulés durant l'année 2007 ont augmenté de 2,6% par rapport à 2006 et restent légèrement inférieurs de 1,4% aux niveaux moyens des 8 dernières années.

En début d'année 2007, avec les aléas météorologiques de l'hiver, les prix moyens au stade de détail ont nettement augmenté par rapport à ceux de l'an passé mais à partir d'avril ils redeviennent inférieurs à 2006 pour repartir à la hausse début juin jusqu'à novembre. Globalement les prix sont supérieurs à ceux de la moyenne 99-06 et cela sur toutes les périodes (excepté de mi mai à mi-juin).

En valeur, les sommes dépensées par les ménages ont augmenté de 5,1 % par rapport à l'an passé et de 3,8 % comparées à la moyenne 99-06.





Année de référence 2007	Nombre de foyers acheteurs* de carottes dans le panel, en % (toutes origines et toutes variétés confondues)									
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	moyenne 8 ans
p 1 (1 jan - 28 jan)	49,2	45,6	46,4	46,9	46,2	49,7	45,4	45,3	46,1	46,8
p 2 (29 jan - 25 fév)	49,3	47,6	46,8	45,8	48,3	49,0	47,7	44,2	46,5	47,3
p 3 (26 fév - 25 mars)	48,5	46,4	47,1	45,2	47,2	49,0	47,3	44,5	44,9	46,9
p 4 (26 mar - 22 avr)	43,9	46,4	44,8	42,8	43,5	44,0	43,1	41,2	40,9	43,7
P 5 (23 avr - 20 mai)	45,5	44,6	44,9	44,0	42,0	45,7	42,0	40,7	40,8	43,7
p 6 (21 mai - 17 juin)	45,5	43,8	41,4	42,2	43,9	43,8	43,0	37,9	40,5	42,7
p 7 (18 juin - 15 juil)	39,4	39,0	40,0	36,3	36,7	39,6	37,3	33,7	36,8	37,7
P 8 (16 juil - 12 août)	34,9	35,1	35,9	32,1	31,5	32,3	31,7	30,2	32,5	33,0
P 9 (13 août - 9 sept)	34,8	31,8	33,9	33,0	33,0	32,2	33,9	33,9	34,3	33,2
P 10 (10 sept - 7 oct)	39,3	38,1	41,9	38,9	39,2	36,9	39,6	37,5	40,8	39,1
P 11 (8 oct - 4 nov)	44,0	43,9	41,5	41,1	44,1	41,5	39,1	40,0	42,9	42,2
P 12 (5 nov - 2 déc)	44,5	42,4	45,0	43,7	43,5	41,9	42,4	41,6	45,6	43,4
P 13 (3 déc - 30 déc)	41,2	41,9	42,7	40,2	41,8	39,2	38,7	37,6	40,1	40,8

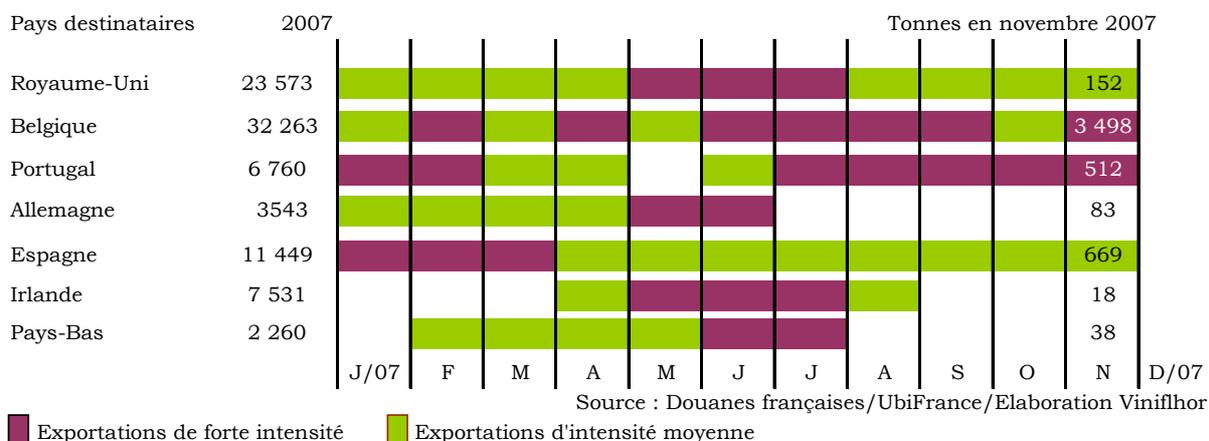
* nombre de foyers dans le panel TNS WORLD qui ont acheté au moins 1 fois le produit dans la période considérée

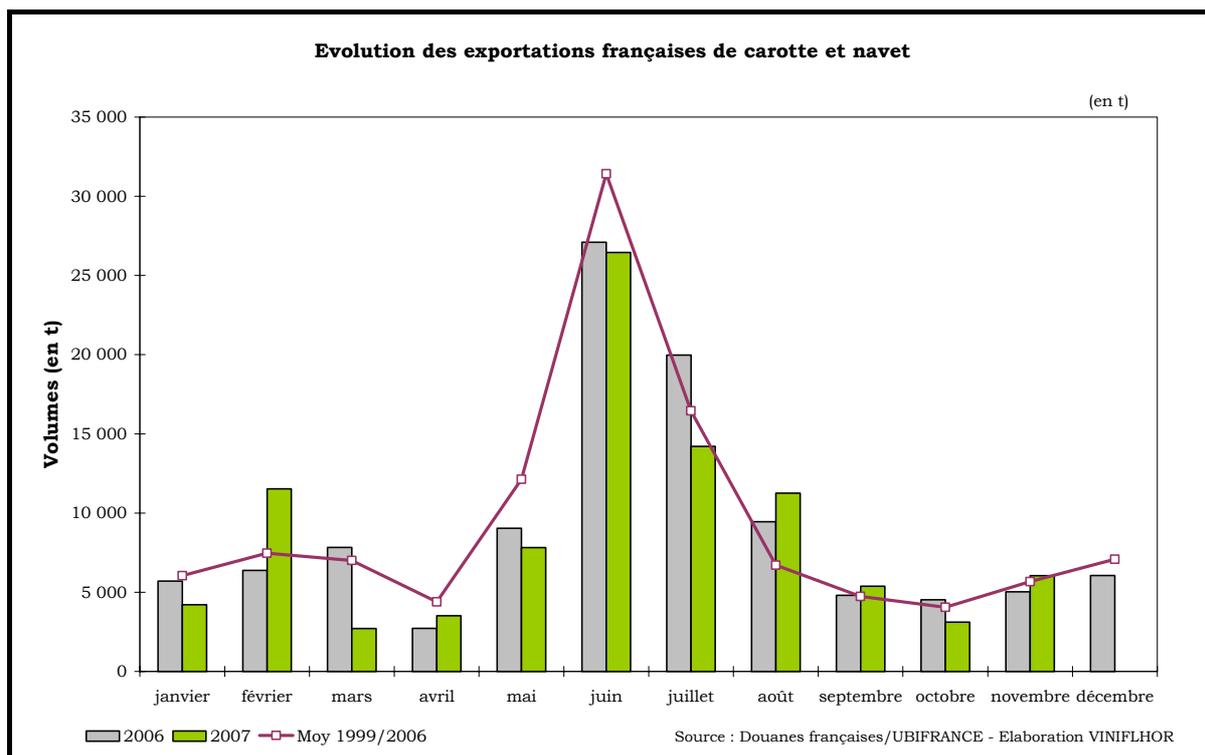
5. ECHANGES EXTERIEURS (Dernières données disponibles : au 30 novembre 2007)

Au cours des 11 premiers mois de 2007, les exportations françaises de carotte sont en baisse par rapport à celles de 2006 et à celles de la moyenne des 7 dernières années : 96 251 t en 2007, 102 611 t pour 2006 et 106 118 t pour la moyenne 1999-2006. La Belgique est notre principal client avec 32 263 t expédiées, suivie du Royaume-Uni : 23 573 t.

Exportations en frais

96 251 tonnes cumulées depuis le 1er janvier 2007

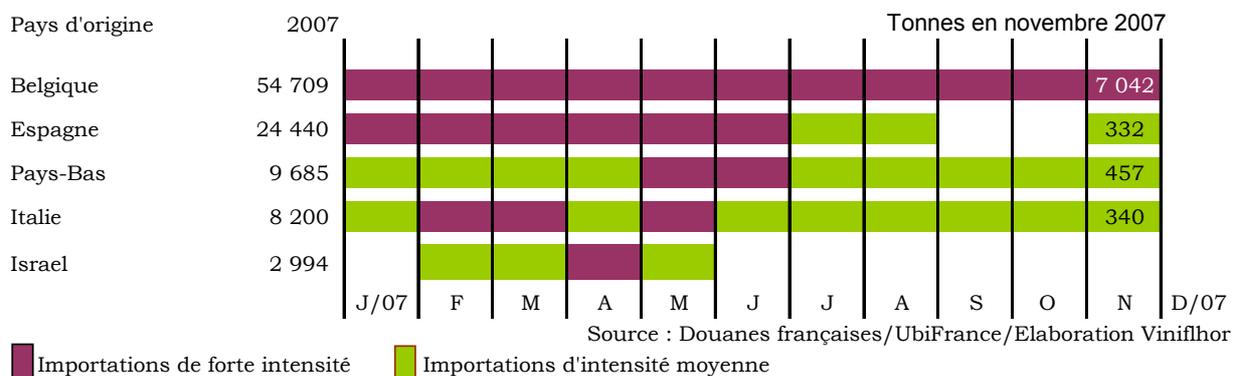


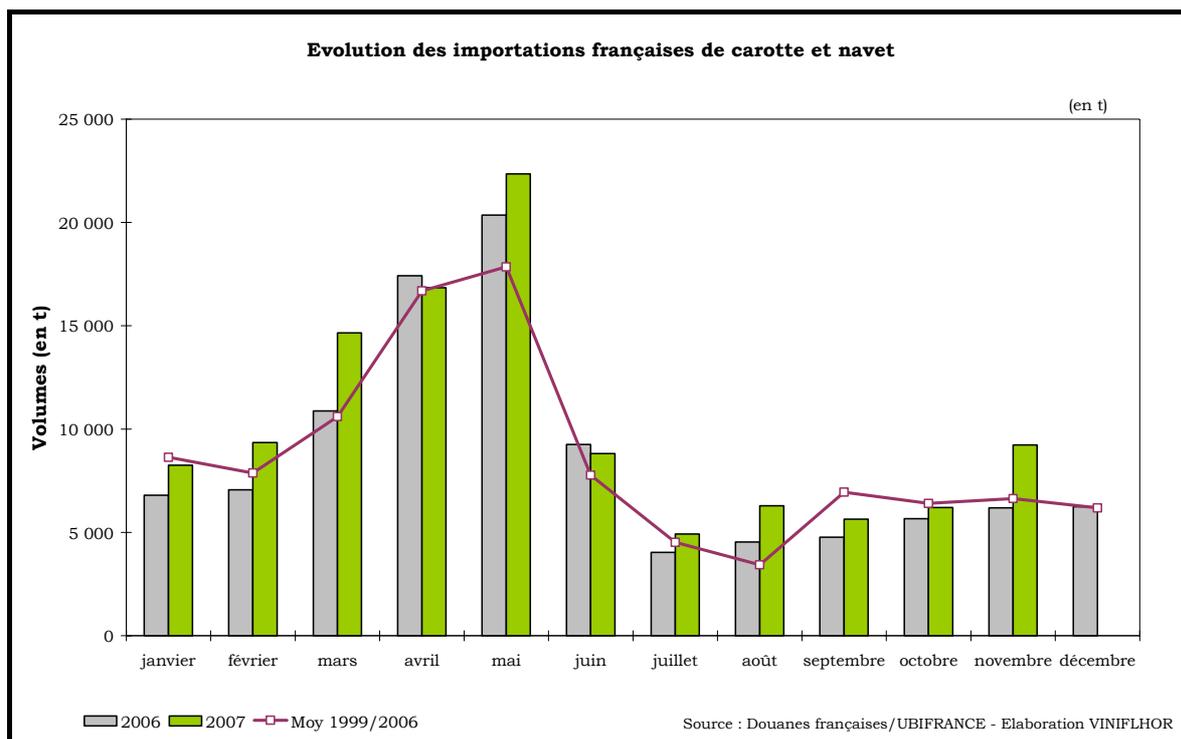


En revanche, les importations sont en augmentation en 2007 (112 575 t) par rapport à celles de 2006 (96 974 t) et à celles la moyenne des 8 dernières années (97 373 t). Elles proviennent essentiellement de Belgique (54 709 tonnes introduites) et d'Espagne (24 440 t).

Importations en frais

112 575 tonnes cumulées depuis le 1er janvier 2007





Chou-fleur

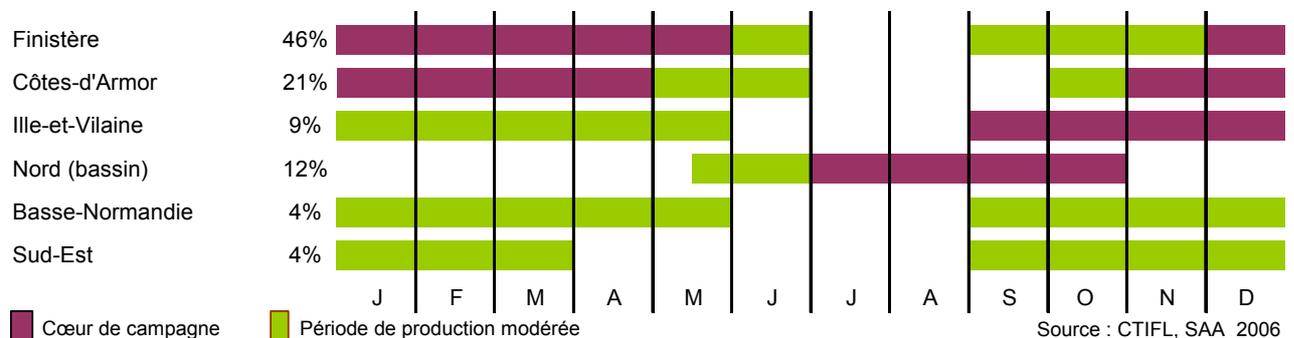
(Campagne automne : septembre – décembre 2007)

(Campagne hiver - printemps : janvier – mai 2008)

(Campagne été : juin – août 2008)

1. PRODUCTION

Calendrier de production de chou-fleur par région



Evolution surfaces (en ha)			France		Evolution volumes (en t)			France	
	Automne	Total							
2007/08	8 288	22 660	2007/08	357 009					
2006/07	8 611	23 738	2006/07	336 313					
Variation	-4%	-5%	Variation	6,2%					

Données janvier 2008

Source : SCEES

2. COMMERCIALISATION (Période du 01/12/07 au 18/01/08)

En décembre, la montée en puissance de l'offre de chou-fleur breton se poursuivait, alors qu'un ralentissement important de la demande était observé sur le marché intérieur. En parallèle, une partie conséquente de l'offre était détournée vers les industries de transformations, et les transactions sur les marchés extérieurs conservaient un rythme régulier.

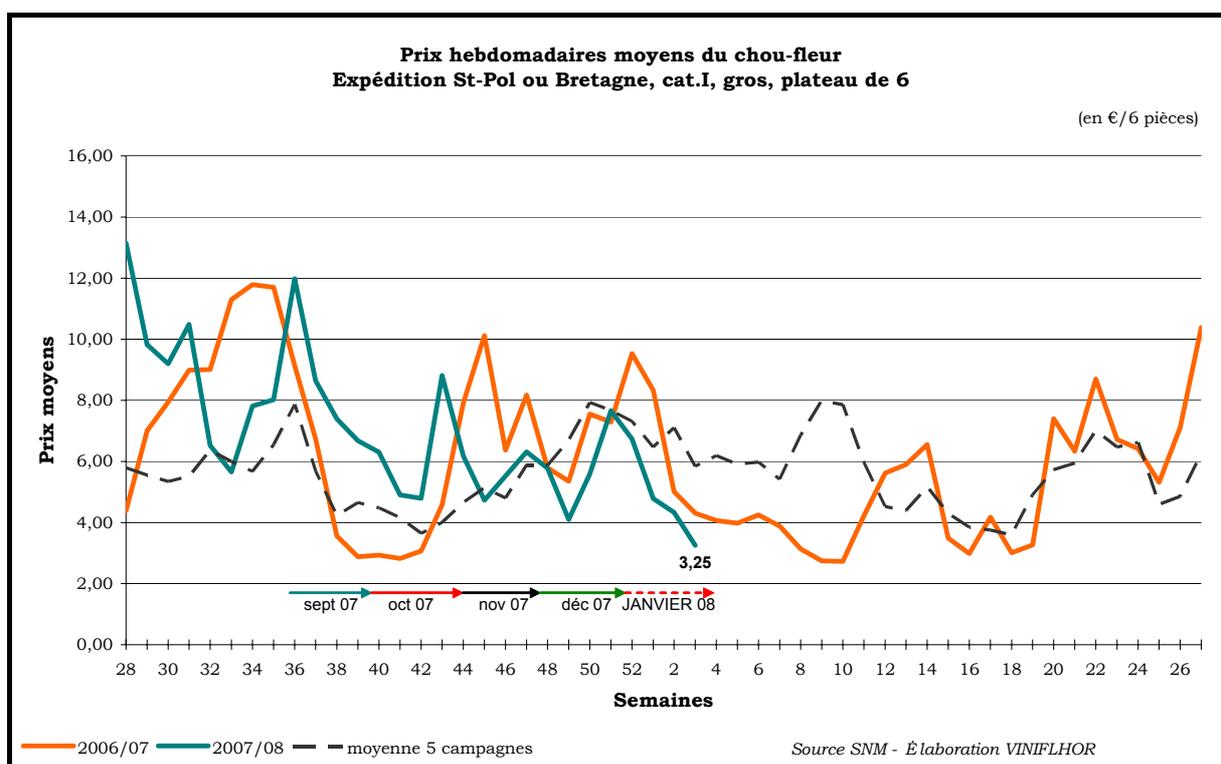
Dans ce contexte, l'installation en cours de mois de températures très froides réduisant l'offre et favorisant la consommation, entraînait tout naturellement une revalorisation des cours.

La douceur du mois de janvier inversait complètement la tendance, et face au recul très net de la demande tant interne qu'externe, en dépit des nombreuses concessions sur les prix, le marché du chou-fleur affichait des records d'invendus (867.000 têtes le 23/01), et les cours ne cessaient de chuter.

3. PRIX MOYENS

PRIX DE DETAIL	S52	S1	S2	S3
Chou-fleur (la pièce)				
Prix moyen de la semaine	2,27 €/p	2,09 €/p	1,81 €/p	1,66 €/p
Taux de présence en GMS	94%	98%	96%	97%

Source : SNM



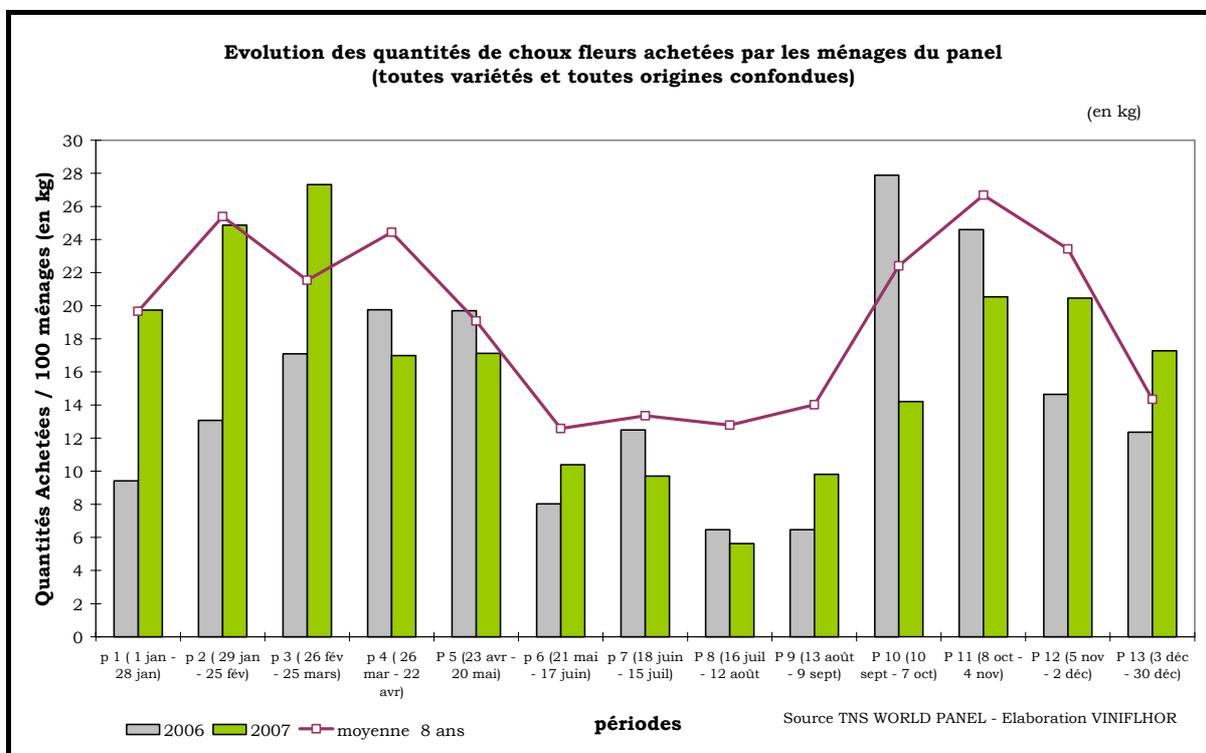
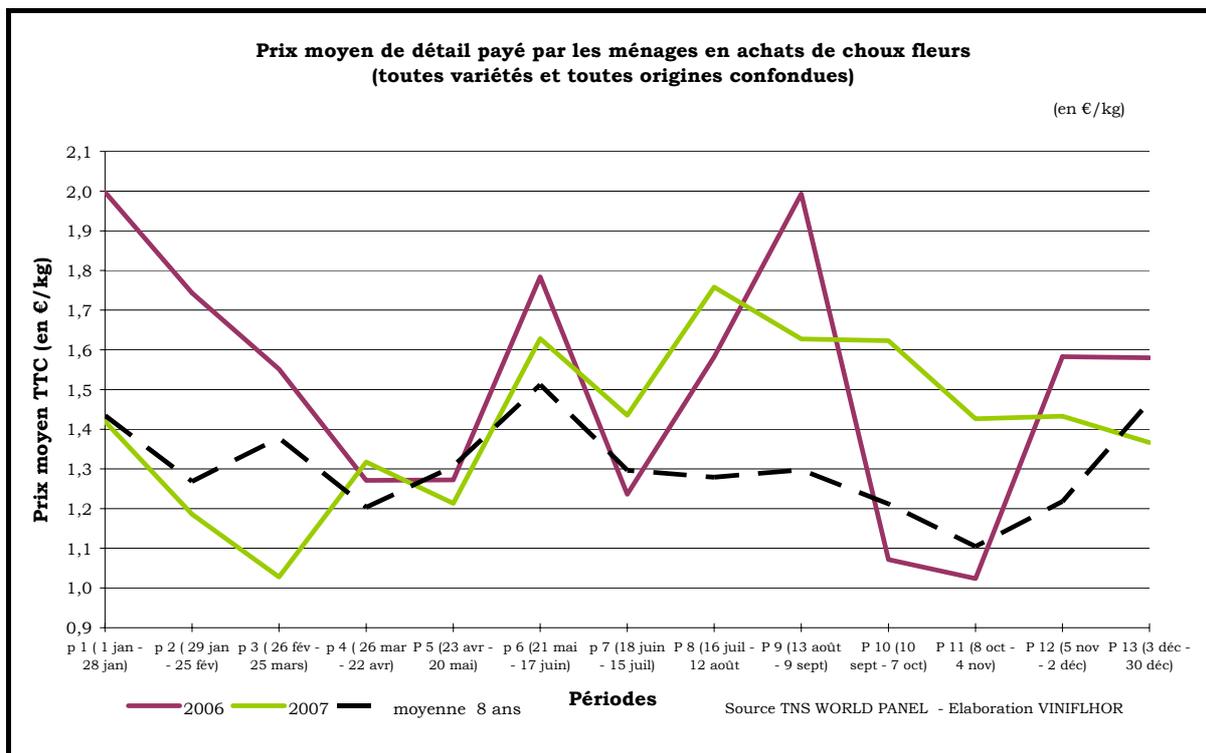
4. CONSOMMATION (Données disponibles du 1er janv. au 30 déc. 2007)

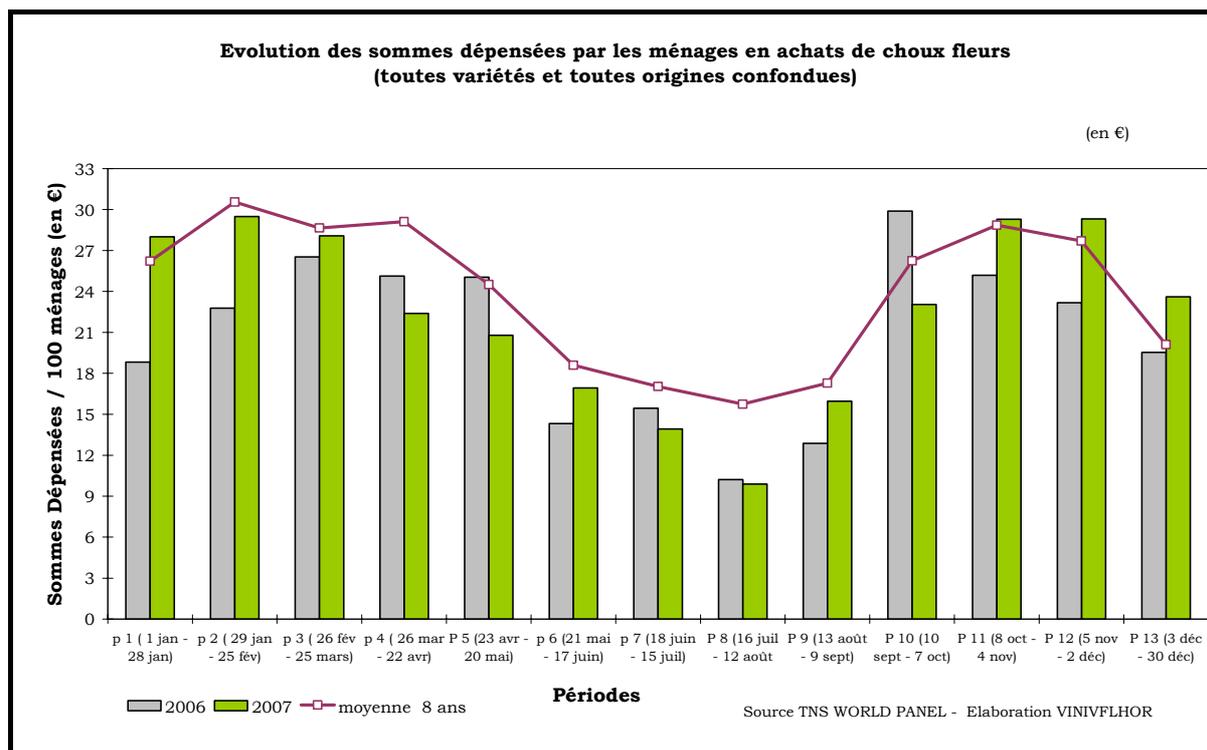
Des volumes en hausse grâce au 1^{er} trimestre et au 4^{ème} trimestre 2007.

Grâce à la hausse des quantités achetées lors du 1^{er} trimestre et du 4^{ème} trimestre, les achats cumulés sont en augmentation de 11% par rapport à 2006 qui rappelons-le avait atteint le niveau le plus faible depuis 7 ans mais sur le long terme les quantités reculent de 14,8% comparées à la moyenne des 8 dernières années.

Sur le 1^{er} trimestre 2007 le prix en forte baisse a sans doute stimulé les consommateurs dans leurs achats de choux fleurs : les prix de janvier, février et mi- mars 2007 redeviennent nettement plus sages (autour de -30%) que ceux de l'an passé et restent également inférieurs à ceux de la moyenne 99-06 (-11%). Mais à partir de la mi mars la situation change : les prix dépassent les niveaux de 2006 (excepté de mi-août à début septembre et durant le mois de décembre).

Au final, les sommes dépensées par les ménages ont progressé de 11,1 % par rapport à l'an passé, à contrario elles sont négatives (-14,5%) en comparaison à la moyenne des 8 dernières années.





période de référence (2007)	Nombre de foyers acheteurs* de chou-fleur en % (toutes variétés et origines confondues)									
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	moyenne 8 ans
p 1 (1 jan - 28 jan)	16,1	15,3	15,4	7,1	12,7	16,9	13,8	6,4	13,1	13,0
p 2 (29 jan - 25 fév)	20,7	17,2	18,0	18,5	12,1	19,4	13,2	8,4	15,7	17,0
p 3 (26 fév - 25 mars)	16,1	16,6	12,6	16,6	13,3	14,7	8,7	11,1	17,5	14,1
p 4 (26 mar - 22 avr)	19,0	18,0	16,8	14,7	12,9	15,7	15,1	13,0	11,2	16,0
P 5 (23 avr - 20 mai)	12,4	14,3	10,6	10,6	11,7	15,7	12,5	13,3	11,7	12,6
p 6 (21 mai - 17 juin)	9,5	10,9	6,4	8,2	11,0	8,3	9,0	5,4	7,1	9,0
p 7 (18 juin - 15 juil)	11,6	9,1	5,3	8,6	9,9	9,9	7,8	8,1	6,7	8,9
P 8 (16 juil - 12 août)	9,8	9,0	12,3	9,6	5,7	8,6	6,7	4,4	3,8	8,8
P 9 (13 août - 9 sept)	9,2	12,0	11,8	9,2	8,4	8,8	9,8	4,5	6,8	9,9
P 10 (10 sept - 7 oct)	17,9	13,1	12,7	15,1	10,5	11,1	16,5	16,8	9,8	13,8
P 11 (8 oct - 4 nov)	18,2	16,0	20,3	15,3	13,9	19,1	15,4	15,6	13,7	16,9
P 12 (5 nov - 2 déc)	13,3	15,9	18,2	18,1	18,1	16,2	11,1	9,7	13,0	15,8
P 13 (3 déc - 30 déc)	9,0	14,2	8,4	11,4	11,9	8,6	4,8	8,5	11,5	9,8

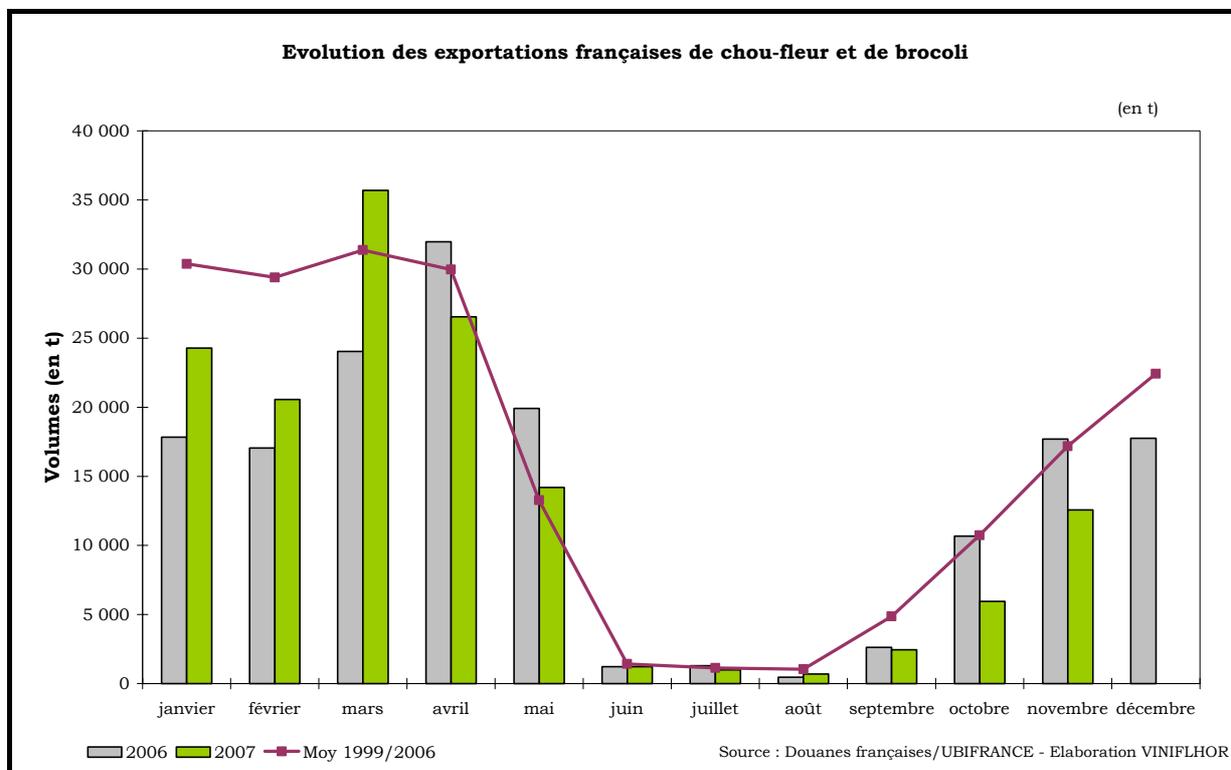
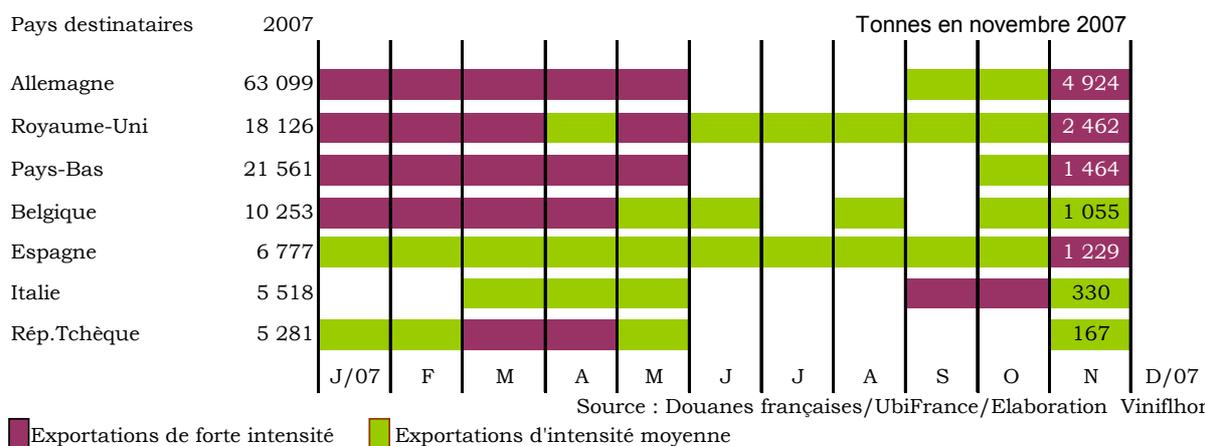
* nombre de foyers dans le panel TNS WORLD qui ont acheté au moins 1 fois le produit dans la période considérée

5. ECHANGES EXTERIEURS (Dernières données disponibles : 30 novembre 2007 et globalisées pour le chou-fleur et le brocoli)

Les exportations de chou-fleur sont stables au cours des 11 premiers mois de 2007 avec 145 128 tonnes exportées contre 144 777 t en 2006 (+0,24%) mais en baisse par rapport à celles de la moyenne des 8 dernières années : 170 750 t (-15 %). L'Allemagne reste de loin notre principal client avec 63 099 tonnes expédiées au cours des 11 premiers mois.

Exportations en frais

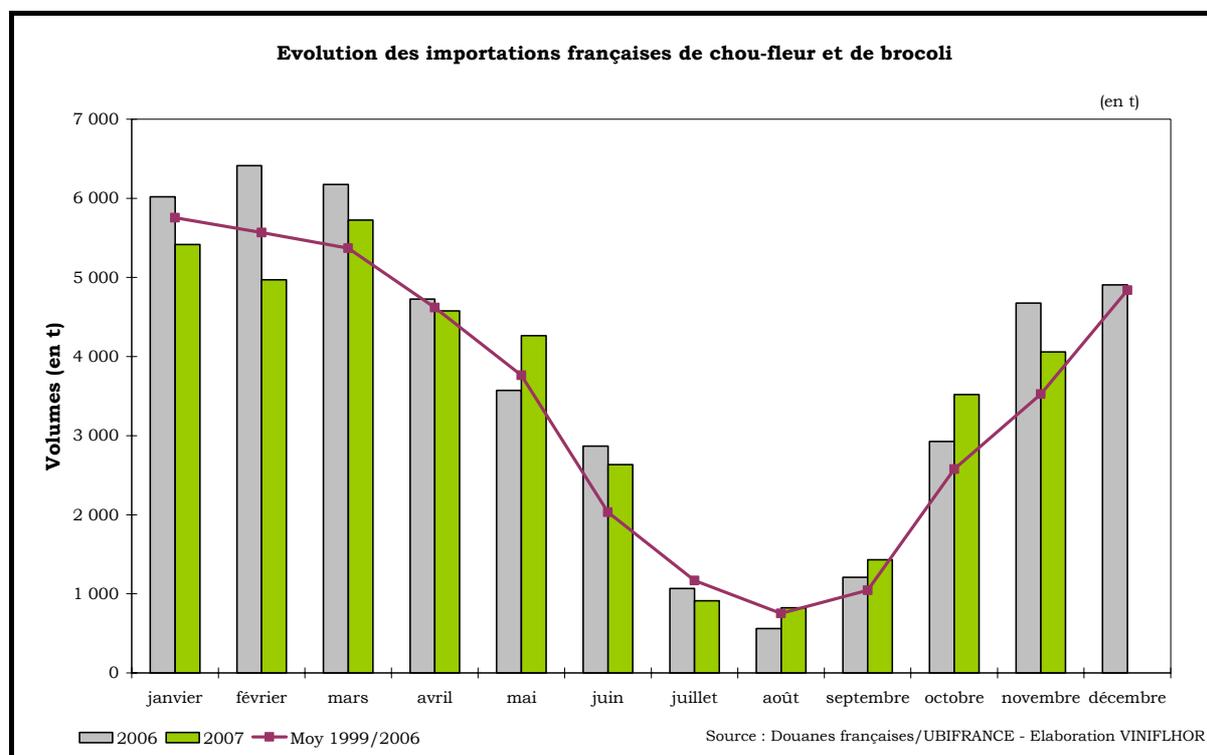
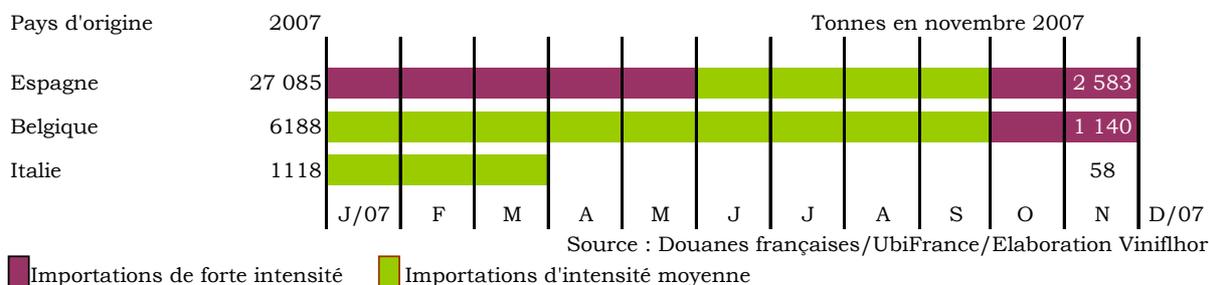
145 128 tonnes cumulées depuis le 1er janvier 2007



Les importations françaises de chou-fleur (et brocoli) sont inférieures (-5 %) en 2007 à celles de 2006 mais supérieures à celles de la moyenne des 8 dernières années (+6%). Notre principal fournisseur reste l'Espagne avec 71 % de nos importations.

Importations en frais

38 332 tonnes cumulées depuis le 1er janvier 2007



Marchés extérieurs du 1er au 13 janvier 2008 :

En Allemagne, le marché du chou-fleur s'active depuis le réajustement des cotations de mise en marché en Bretagne en fin de semaine 01. Les gros calibres dominent. La présence italienne s'est nettement renforcée sur le sud du pays (gros calibre, feuillage très vert). Arrivages-test ponctuels de lots espagnols de la région de Murcie sur les marchés de gros (calibres moyens hétérogènes, mais feuillage très vert et sain). La programmation des GMS est relancée grâce à la stabilisation relative des prix. Au stade de détail un prix en GMS inférieur à 1,99 €/pièce devrait activer les ventes en dépit d'un redoux spectaculaire.

Aux Pays-Bas, le marché a été très encombré en choux-fleurs, d'origine très diverses : France, Espagne, mais aussi de Grèce (faible calibre mais belle qualité), si bien que la marchandise a été assez difficile à écouler. 80 à 90% des choux-fleurs bretons importés sont de gros calibres, ils sont réexportés vers la Russie et la Pologne.

On trouve en vente aux Pays-Bas, semaine 02, des choux-fleurs de resserre à l'aspect défraîchi.

La forte variation des cours font que certains opérateurs limitent leurs achats voire se détournent du produit breton.

En Italie, les conditions climatiques de ces derniers jours sont loin d'être idéales pour les cultures de chou-fleur. Pluies, humidité et températures trop élevées pour la saison commencent à provoquer des problèmes de qualité pour certains bassins. La demande intérieure reste très calme. Face à cette situation, les mouvements d'importation sont très limités. En revanche, depuis la fin de la semaine 01, les exportateurs italiens de choux-fleurs couronnés font face à la forte concurrence de prix de la France et certains clients, notamment d'Allemagne, ralentissent leurs commandes et demandent des remises de prix. En ce qui concerne l'export des choux effeuillés, filmés à destination des pays scandinaves, la concurrence de prix est rude de la part de l'Espagne.

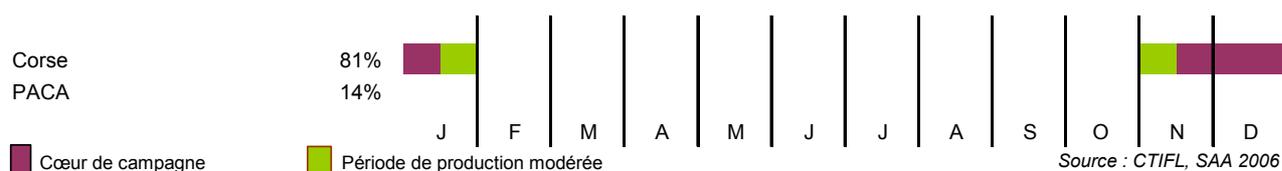
Veille réalisée par le service végétaux d'Ubifrance.

Clémentine

(Campagne française : novembre 2007 – janvier 2008)

1. PRODUCTION

Calendrier de production de clémentine par région



Evolution surface (en ha)	France
2006/07	1 564
2005/06	1 544
Variation	1%
moyenne 5 ans	1 736
2006-2007 / moy. 5 ans	-10%

Données janvier 2008

Evolution volumes (en t)	France
2006/07	26 514
2005/06	19 355
Variation	37%
moyenne 5 ans	22 347
2006-2007 / moy. 5 ans	19%

Source : SCEES

2. COMMERCIALISATION (Période du 01/12/07 au 18/01/08)

Au mois de décembre, de fortes intempéries perturbaient le rythme des cueilles de clémentines.

Alors que la qualité hétérogène des fruits entraînait d'importants travaux de tri, des stocks se constituaient du fait d'une demande peu intéressée, générant des niveaux de prix assez bas.

Ce n'est qu'à l'approche des fêtes que la demande manifestait un véritable intérêt pour le produit, et que les cours s'orientaient véritablement à la hausse.

Début janvier, les pluies réduisaient de nouveau l'offre qui amorçait déjà son déclin, et de nouveaux problèmes qualitatifs étaient enregistrés.

En fin de première décade de janvier, la fin de campagne de clémentines était annoncée.

3. PRIX MOYENS

Prix de détail	S51	S52	S1	S3
Clémentine corse vrac (1e kg)				
Prix moyen de la semaine	2,80 €/kg	2,79 €/kg	2,89 €/kg	--
Taux de présence en GMS	77%	67%	46%	--

Source : SNM

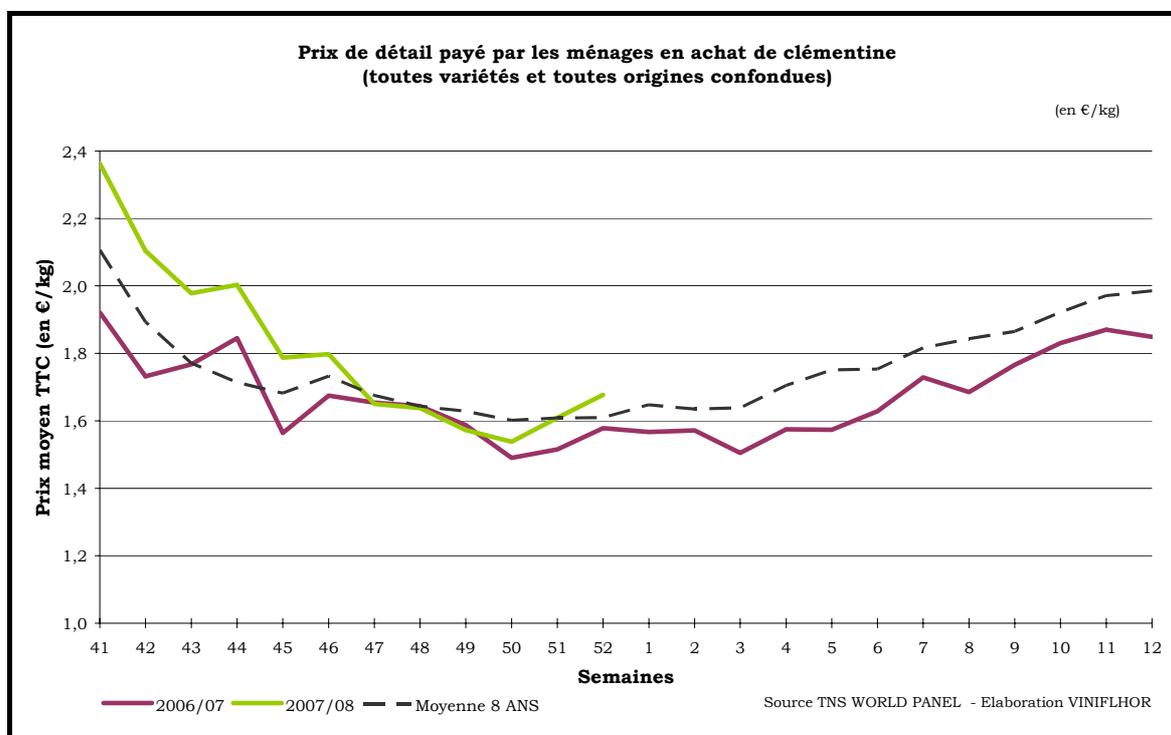
4. CONSOMMATION (Données disponibles du 8 oct. au 30 déc. 2007)

Des quantités achetées et des sommes dépensées au plus haut de l'historique.

En effet, depuis la mi-octobre à fin décembre on observe des quantités achetées largement supérieures de 8,2% à celles de l'an dernier et sur le long terme la consommation reste dynamique comparée à la moyenne des 8 dernières périodes (+15%). Cette progression des achats est certainement à mettre en corrélation avec une offre de clémentines plus importante en 2007/2008.

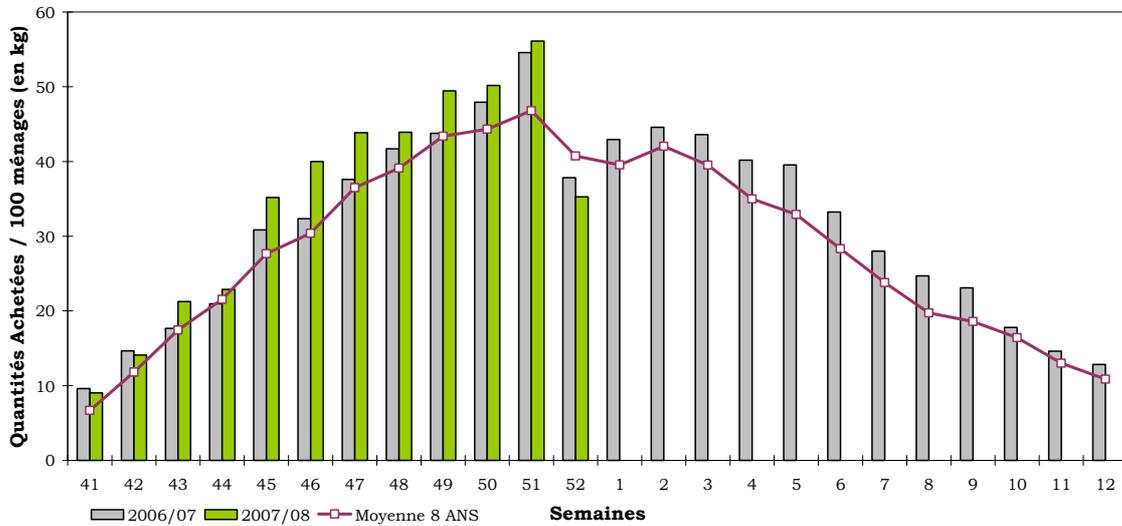
Globalement le prix moyen cumulé est relativement plus élevé que celui de l'an passé (+8,7%) et de la moyenne 8 ans (+5,1%)

Ainsi, les sommes dépensées par les ménages sont en nette progression de 14,6 % par rapport à 2006 et également en comparaison à la moyenne des 8 dernières périodes (+18,4%).



**Evolution des quantités de clémentine achetées par les ménages du panel
(toutes variétés et toutes origines confondues)**

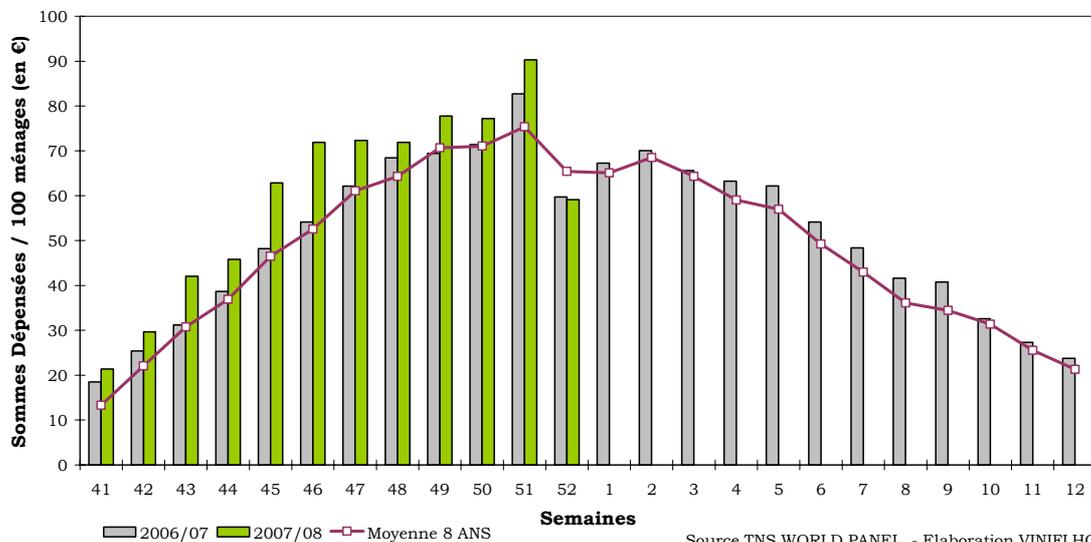
(en kg)



Source TNS WORLD PANEL - Elaboration VINIFLHOR

**Evolution des sommes dépensées par les ménages en achats de clémentine
(toutes variétés et toutes origines confondues)**

(en €)



Source TNS WORLD PANEL - Elaboration VINIFLHOR

Nombre de foyers acheteurs* de clementine en % (toutes variétés et toutes origines confondues)										
année de réf 2007	1999/00	2000/01	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	moyenne 8 ans
P 11 (8 oct-4nov)	30,0	29,6	35,8	36,0	33,7	27,4	35,2	34,0	35,6	32,7
P12 (5 nov-2 déc)	54,9	54,5	54,8	55,4	58,1	51,7	57,6	55,0	60,7	55,3
P13 (3 déc-30 déc)	62,7	63,9	65,6	64,0	66,7	63,9	63,1	62,9	65,3	64,1

* nombre de foyers dans le panel TNS WORLD qui ont acheté au moins 1 fois le produit dans la période considérée

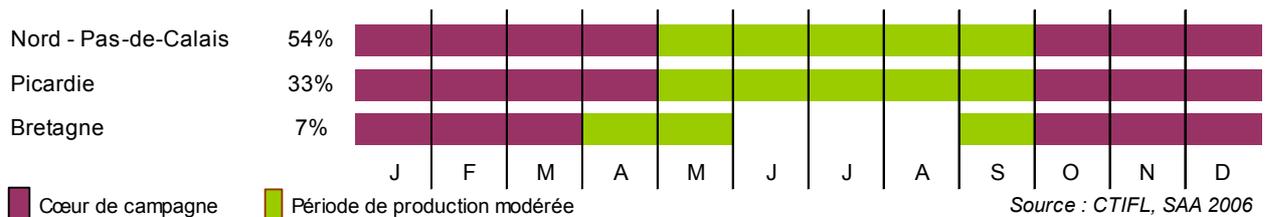
5. ECHANGES EXTERIEURS

Les données disponibles ne sont pas pertinentes.

(Campagne française : septembre 2007 – août 2008)

1. PRODUCTION

Calendrier de production d'endive (chicon) par région



Evolution surfaces (en ha)		Evolution volumes (en t)	
	France		France
2007/08	12 957	2007/08	234 632
2006/07	12 983	2006/07	215 526
Variation	-0,2%	Variation	8,9%
moyenne 5 ans	14 682	moyenne 5 ans	246 410
2006/07 / moy. 5 ans	-11,7%	2006/07 / moy. 5 ans	-4,8%

Données déc 2007

Source : SCEES

2. COMMERCIALISATION (Période du 01/12/07 au 18/01/08)

En décembre, la progression de l'offre d'endive du Nord Picardie se poursuivait, avec de meilleurs rendements.

De nombreuses mises en avant ainsi que des concessions sur les prix étaient effectuées améliorant peu à peu l'écoulement de l'offre, mais l'amélioration était davantage imputable à l'installation du froid qui limitait le développement de l'offre en dernière partie de mois où le raffermissement des cours pouvait alors être observé.

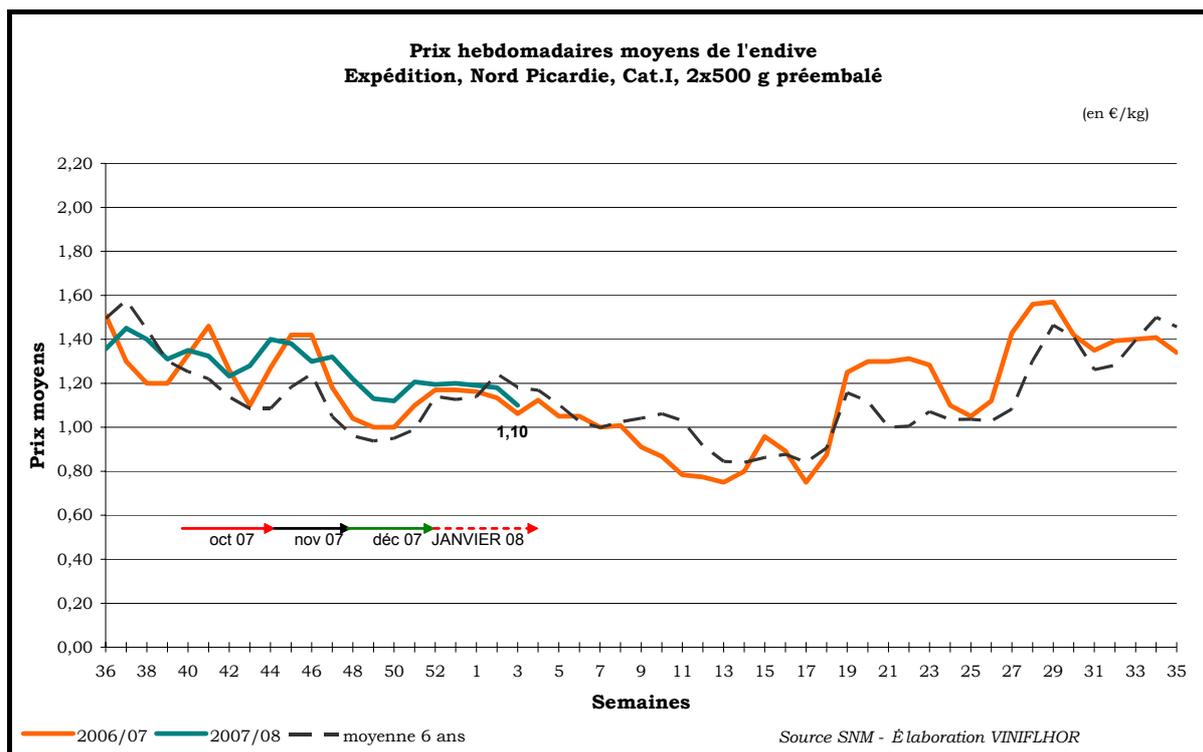
En janvier, comme pour la salade ou le chou-fleur, le redoux entraînait une augmentation des volumes et un recul de consommation.

En milieu de mois, les cours s'orientaient à la baisse.

3. PRIX MOYENS

PRIX DE DETAIL	S52	S1	S2	S3
Endive sac 1 kg (le kg)				
Prix moyen de la semaine	1,84 €/kg	1,87 €/kg	1,94 €/kg	1,83 €/kg
Taux de présence en GMS	94%	96%	94%	95%
Endive vrac (le kg)				
Prix moyen de la semaine	2,29 €/kg	2,25 €/kg	2,32 €/kg	2,24 €/kg
Taux de présence en GMS	91%	93%	93%	93%

Source : SNM



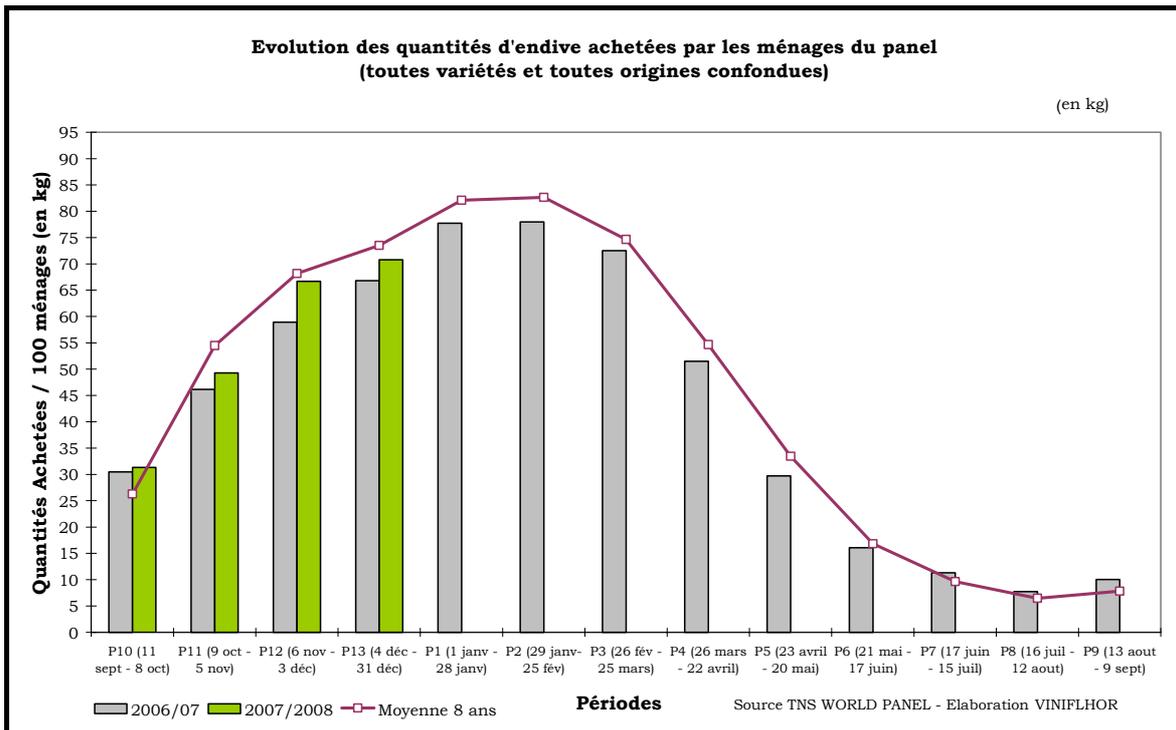
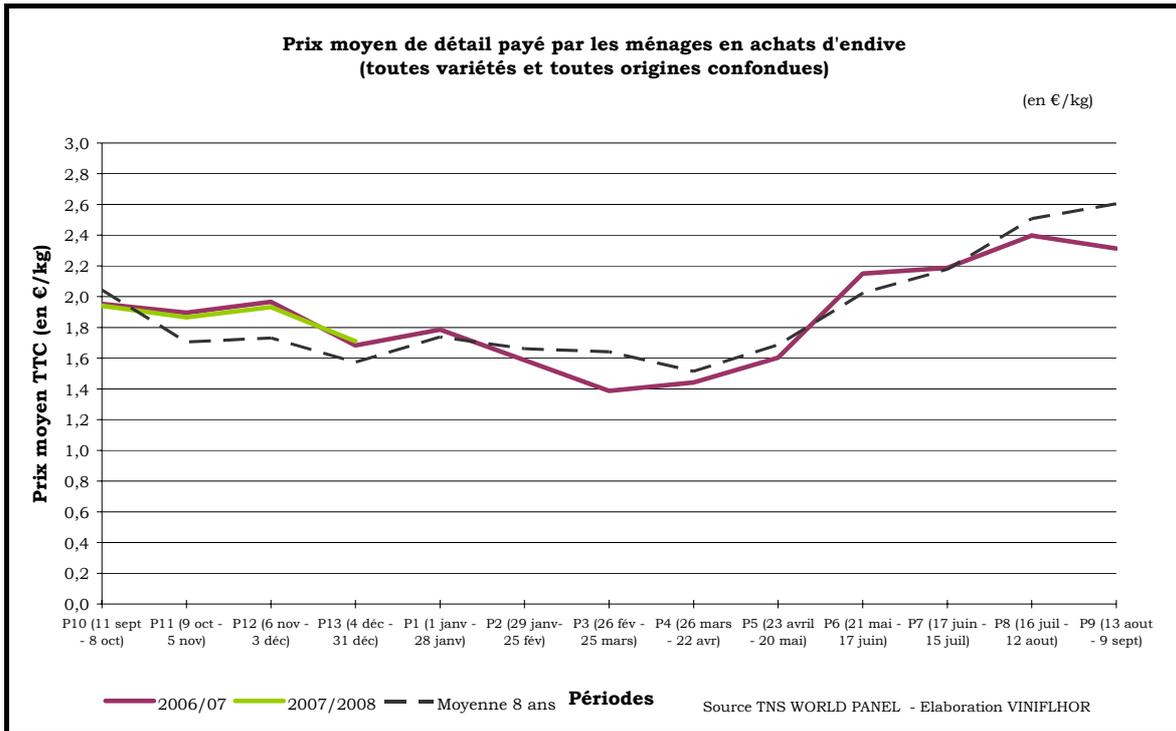
4. CONSOMMATION (Données disponibles du 10 sept. au 30 déc. 2007)

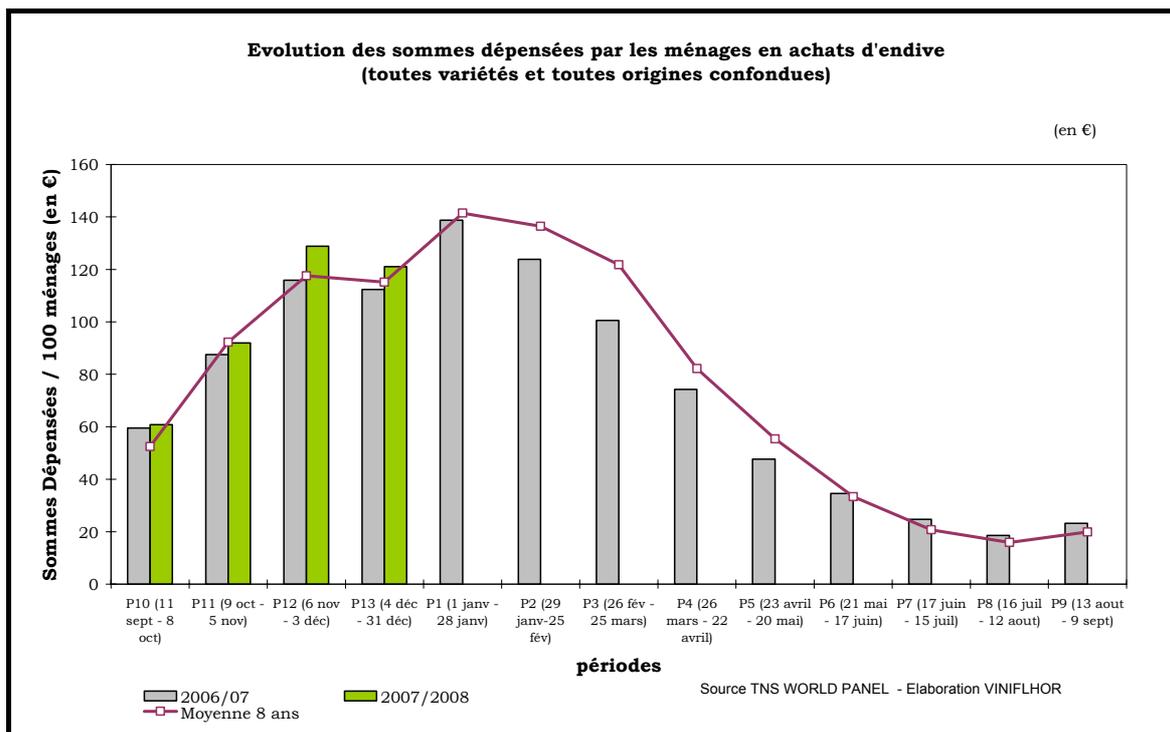
Des achats qui reprennent quelques couleurs

Après une campagne 2006/2007 plutôt décevante en terme de consommation, le début de la campagne 2007/2008 s'annonce meilleur. En effet, du 10 septembre au 30 décembre, les quantités achetées sont en augmentation de 7,8% par rapport à celles de 2006 mais sont en régression par rapport à celles de la moyenne 99-06 (-3,2%).

Les niveaux de prix au stade de détail sont comparables à ceux de l'an dernier qui étaient à un bon niveau. Et comparés à ceux de la moyenne 99-06 ils restent supérieurs (+6,6%).

Cependant l'augmentation des volumes a été suffisante car les sommes dépensées par les ménages de début septembre à fin décembre 2007 augmentent de 7,8 % par rapport à la période équivalente en 2006/2007 mais sont en baisse comparées à la moyenne des 8 dernières campagnes (-3,2%).





Année de référence 2007/2008	Nombre de foyers acheteurs* d'endive en % (toutes variétés et origines confondues)									moyenne 8 ans
	1999/00	2000/01	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	
10ème Période (du 10 sept au 07 oct)	16,3	14,6	14,6	22,1	26,5	22,8	27,6	23,4	24,7	21,0
11ème Période (du 08 oct au 04 nov)	38,0	36,5	33,9	38,5	39,3	38,2	37,8	32,3	34,5	36,8
12ème Période (du 5 nov au 02 déc)	43,2	46,3	44,1	44,9	44,8	41,3	43,4	38,7	42,6	43,3
13ème Période (du 3 déc au 30 déc)	48,7	47,0	42,9	46,1	45,2	43,3	41,8	40,8	43,1	44,5

* nombre de foyers dans le panel TNS WORLD qui ont acheté au moins 1 fois le produit dans la période considérée

5. ECHANGES EXTERIEURS (Dernières données disponibles : au 30 novembre 2008)

Les exportations d'endives sont conformes à celles de la moyenne de ces 8 dernières années, mais inférieures à celles de 2006 (- 7 %).

La France a exporté 23 970 tonnes depuis le début de l'année, dont 33 % vers l'Allemagne et 33 % vers l'Italie.

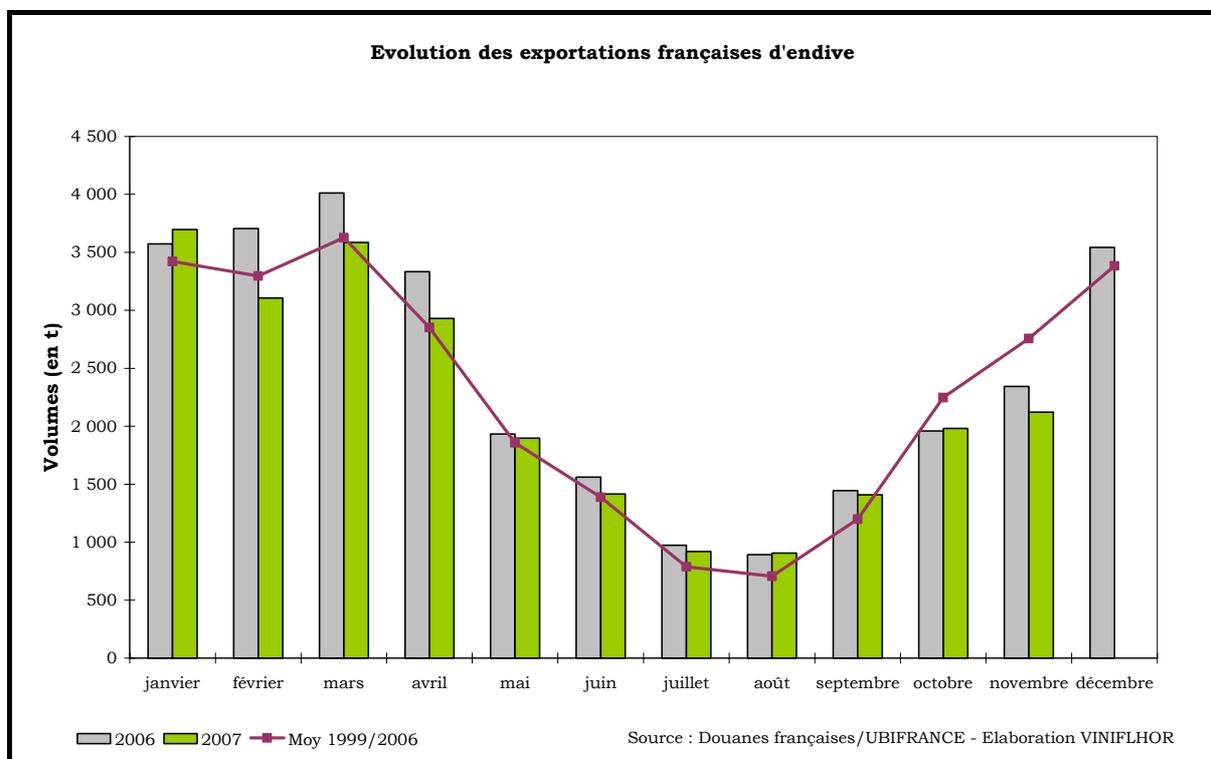
Exportations en frais

23 970 tonnes cumulées depuis le 1er janvier 2007



Source : Douanes françaises/UbiFrance/Elaboration Viniflor

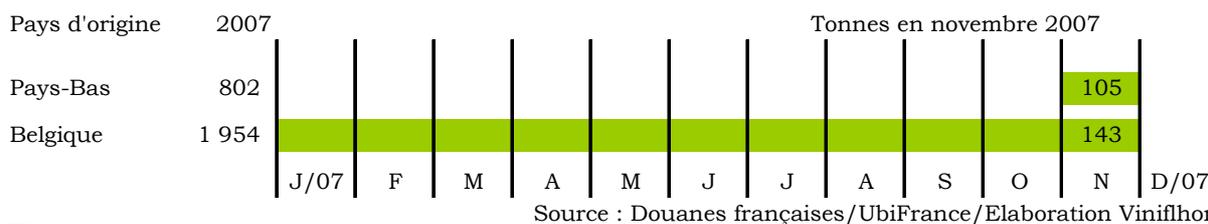
■ Exportations de forte intensité ■ Exportations d'intensité moyenne



Les importations d'endive au cours de 11 premiers mois de 2007 sont en baisse par rapport à celles de 2006 et par rapport à celles de la moyenne des 8 dernières années. Elles proviennent essentiellement de Belgique (1 954 tonnes introduites).

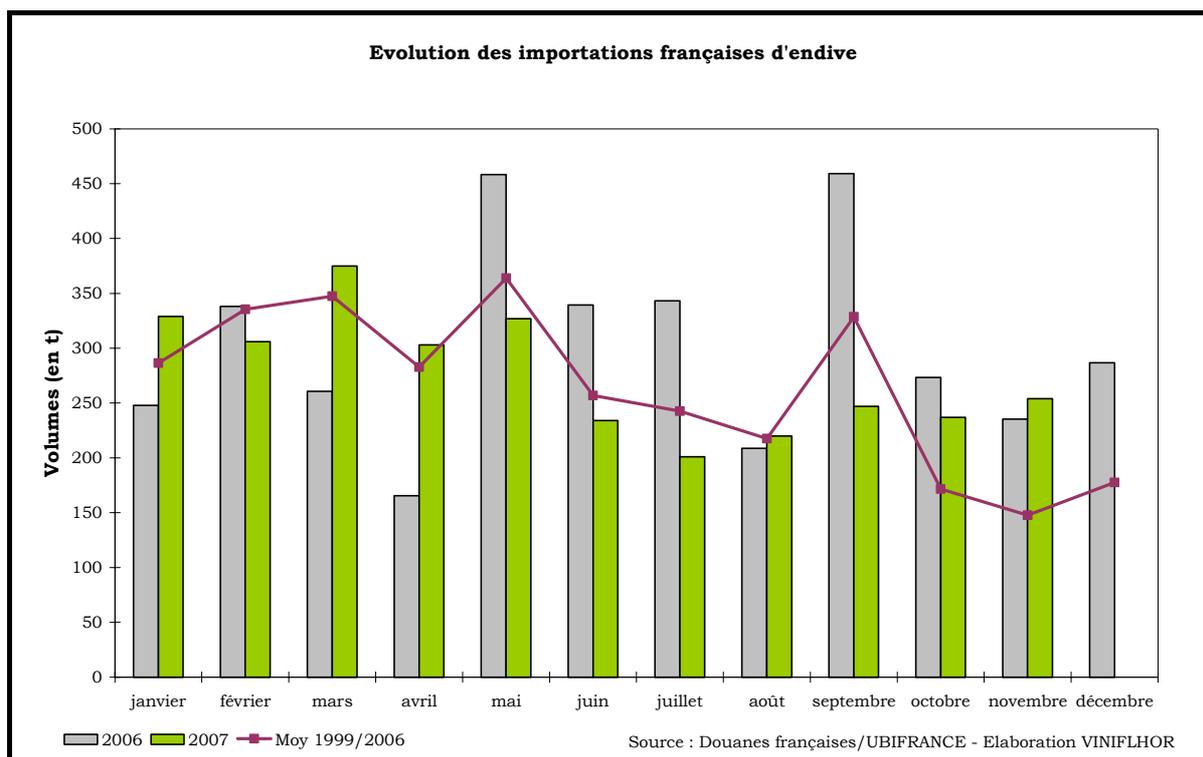
Importations en frais

3 033 tonnes cumulées depuis le 1er janvier 2007



Source : Douanes françaises/UbiFrance/Elaboration Viniflor

■ Importations de forte intensité ■ Importations d'intensité moyenne



Marchés extérieurs du 1er au 13 janvier 2008 :

En Allemagne, Après un début de semaine 02 peu actif au stade de gros et des réassorts prudents en GMS/discount, la reprise en endives est sensible à tous les stades, sous l'effet d'une demande plus suivie et de prix au stade de détail plus attractifs que celui des salades. Tandis que les metteurs en marché allemands et belges ont enregistré une baisse des cotations en fin de semaine 01, la France et les Pays-Bas ont pu revaloriser légèrement leurs apports (apports très faibles aux Pays-Bas entre les fêtes) et le courant export s'est maintenu. En semaine 02, les arrivages du nord de la France gagnent des référencements non couverts par les Néerlandais puis concrétisent des programmes pour la fin de semaine à 0,65-0,70 €/sachet franco plate-forme. La qualité s'est améliorée et les calibres sont plus homogènes.

Les apports de cartons lités (origine Belgique et Pays-Bas) sont en net recul sur les marchés de gros, après les Fêtes.

En Belgique, les endives qui se vendaient 0,60-0,65 €/kg en début de semaine 02 sur les cadrans sont remontées à 0,70-0,80€/kg le 10/01, mais on craint un marché difficile dans le mois à venir en raison de l'abondance de marchandise.

Veille réalisée par le service végétaux d'Ubifrance.

(Campagne française : novembre 2007 – juin 2008)

1. PRODUCTION

Calendrier de production de kiwi par région



Evolution surfaces (en ha)		France	Evolution volumes (en t)		France
2006		4 330	2006		76 238
2005		4 401	2005		76 635
Variation		-1,6%	Variation		-0,5%
moyenne 5 ans		4 313	moyenne 5 ans		76 749
2005 / moy. 5 ans		0,4%	2005 / moy. 5 ans		-0,7%

données déc 2007

Source : SCEES

2. COMMERCIALISATION (Période du 01/12/07 au 18/01/08)

Début décembre, le marché du kiwi était dominé par l'offre néo-zélandaise.

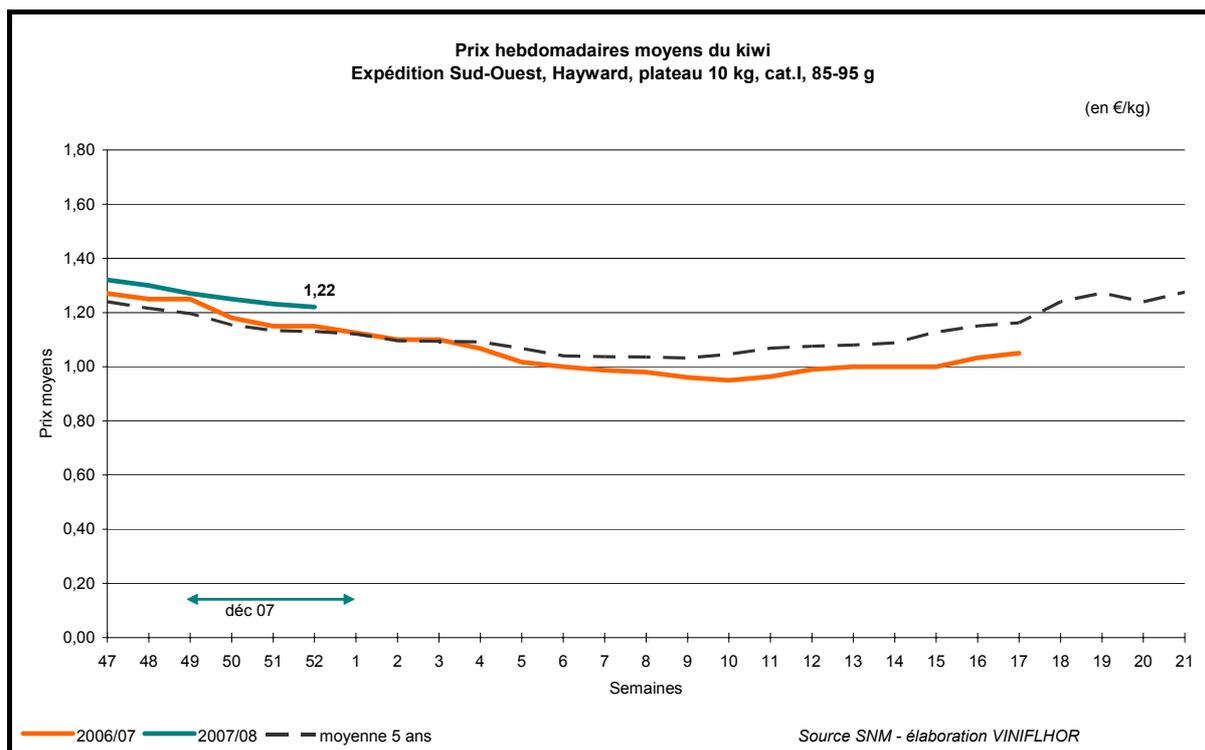
En cours de mois, le déclin de cette offre favorisait le kiwi national qui bénéficiait alors d'une demande très intéressée, avec des ventes satisfaisantes tant sur le marché intérieur qu'extérieur.

Le marché du kiwi conservait alors ce rythme très actif jusqu'à la mi-janvier, les niveaux des cours étant fermes, stables, et nettement supérieurs aux années précédentes.

3. PRIX MOYENS

PRIX DE DETAIL	S52	S1	S2	S3
Kiwi conditionné 1 kg (le kg)				
Prix moyen de la semaine	2,00 €/kg	1,98 €/kg	2,07 €/kg	2,07 €/kg
Taux de présence en GMS	68%	74%	44%	42%
Kiwi vrac (la pièce)				
Prix moyen de la semaine	0,31 €/kg	0,29 €/kg	0,30 €/kg	0,30 €/kg
Taux de présence en GMS	96%	97%	84%	87%

Source : SNM



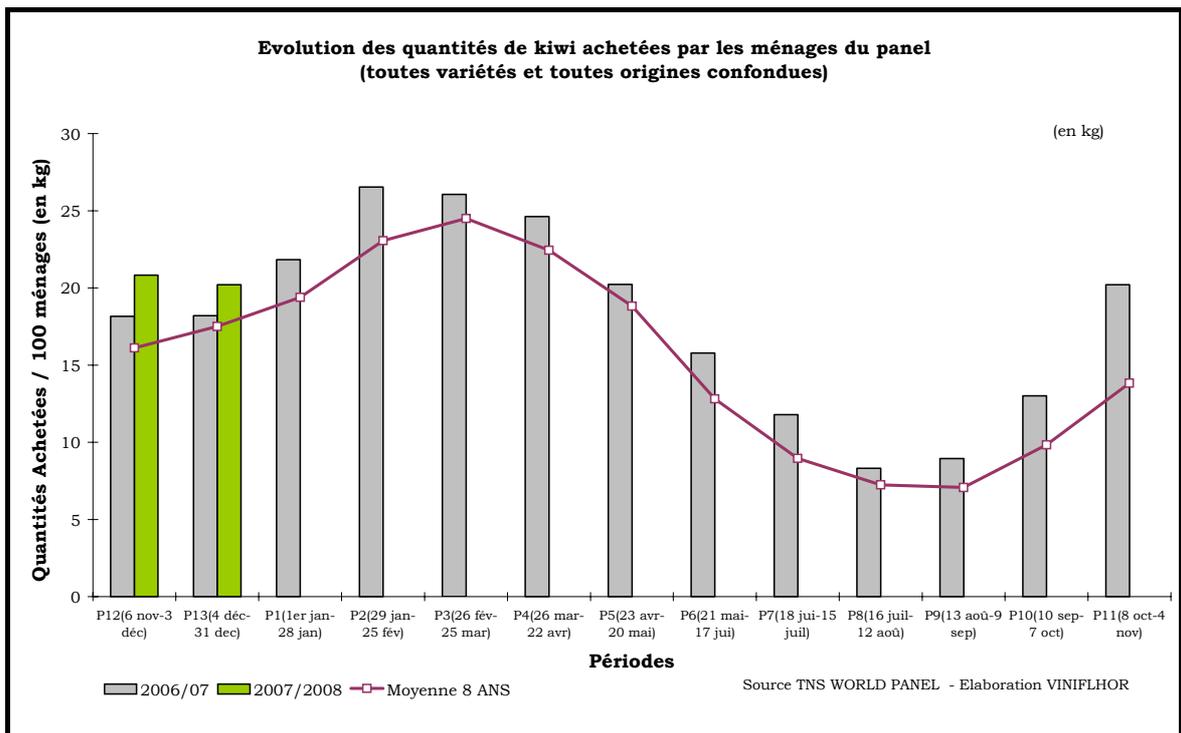
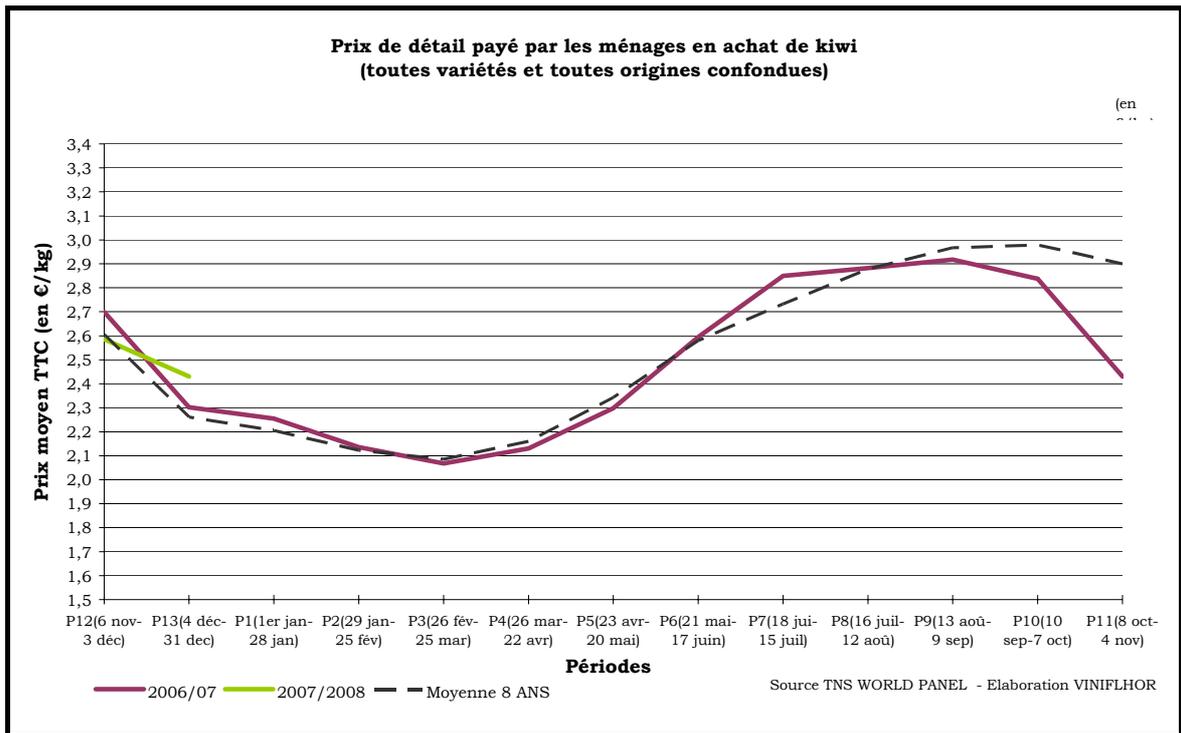
4. CONSOMMATION (Données disponibles du 7 nov. au 30 décembre 2007)

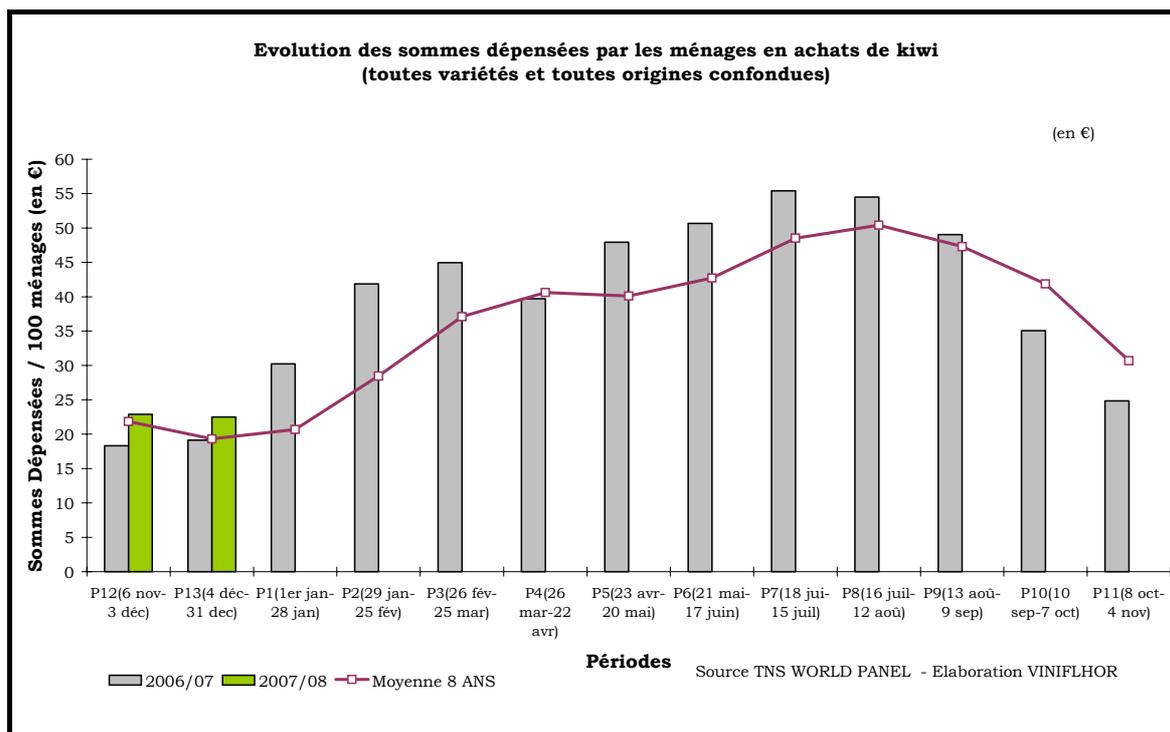
Un petit fruit qui ne cesse de grimper : des acheteurs et des achats au plus haut depuis 1999.

Du 6 novembre au 30 décembre 2007, les quantités achetées de kiwis progressent de 12,8% à périmètre égal et de 22,1 % par rapport à la moyenne 99/06.

Les prix cumulés sont similaires à ceux de l'an passé sur la même période mais restent supérieurs aux niveaux de prix de la moyenne 99/06.

Il en découle un accroissement des dépenses des ménages de 21,2 % par rapport à l'an passé et de 10% comparé à la moyenne des 7 dernières campagnes.





Année de Référence
2007

**Nombre de foyers acheteurs* de kiwi en %
(toutes variétés et toutes origines confondues)**

	1999/00	2000/01	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	moyenne 8 ans
12ème Période (du 5 nov au 02 déc)	14,4	18,4	16,1	14,3	16,3	16,5	18,1	17,3	19,2	16,4
13ème Période (du 3 déc au 30 déc)	17,9	19,2	16,3	15,8	17,8	18,1	17,9	18,2	19,3	17,6

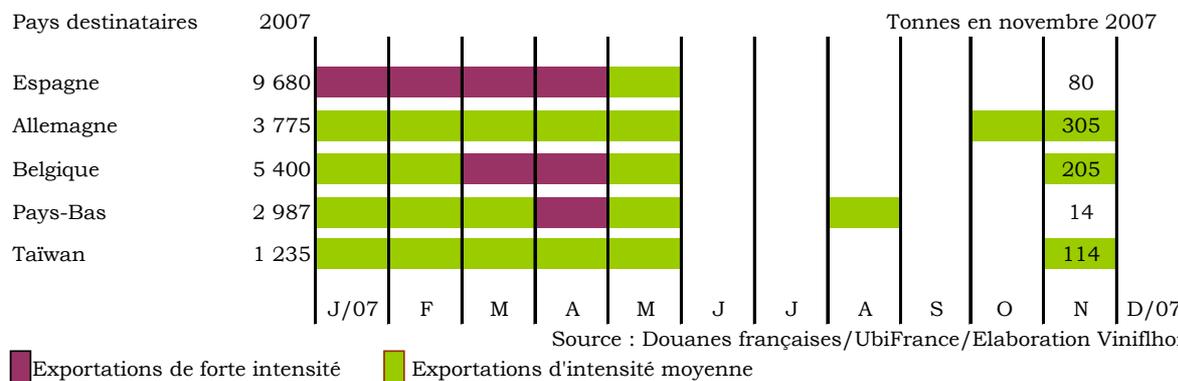
* nombre de foyers dans le panel TNS WORLD qui ont acheté au moins 1 fois le produit dans la période considérée

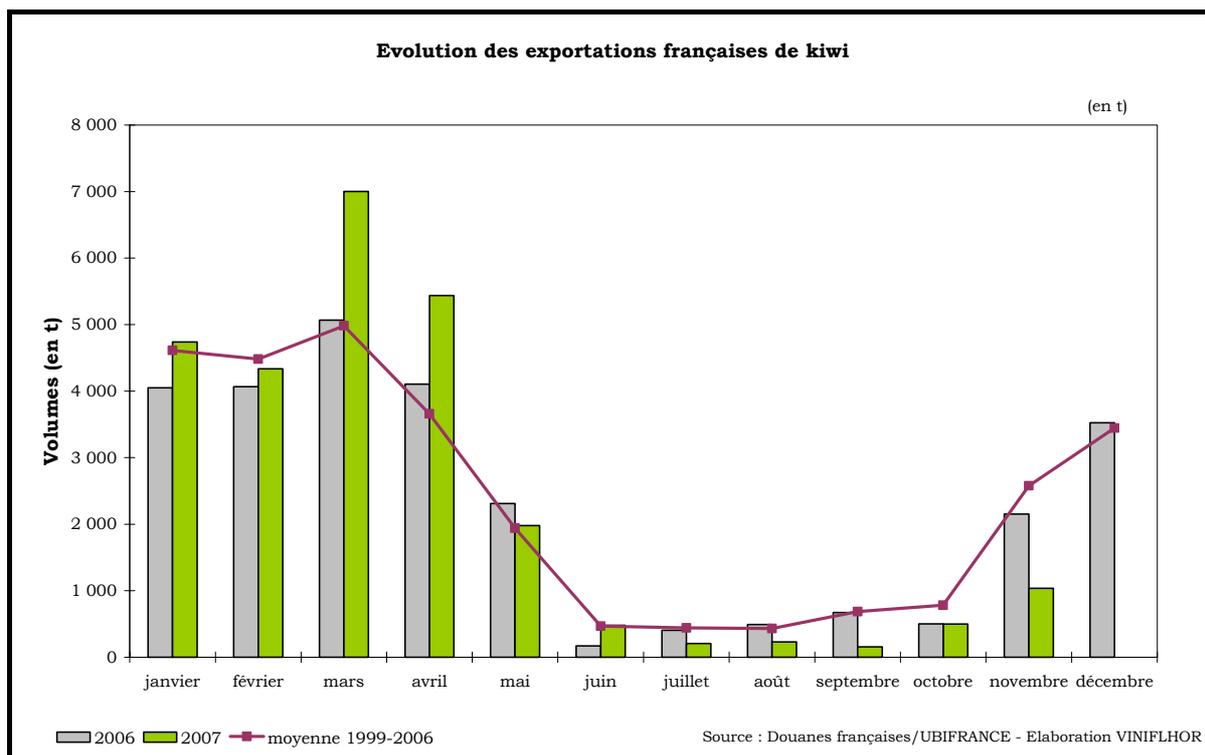
5. ECHANGES EXTERIEURS (Dernières données disponibles : 30 novembre 2007)

Au cours des 11 premiers mois de 2007, les exportations françaises de kiwi sont en hausse de +9% soit 26 100 tonnes (versus 24 000 tonnes en 2006). Ce volume est supérieur à la moyenne des campagnes 1999-2006. L'Espagne est notre premier client avec près de 9 680 tonnes.

Exportations en frais

26 092 tonnes cumulées depuis le 1er janvier 2007





Les importations sont en recul de 4% par rapport à 2006. Cette baisse permet tout de même de maintenir le volume des importations à +13% par rapport à la moyenne de ces 8 dernières campagnes. L'Italie constitue la première origine de nos importations de kiwi avec 16 700 tonnes.

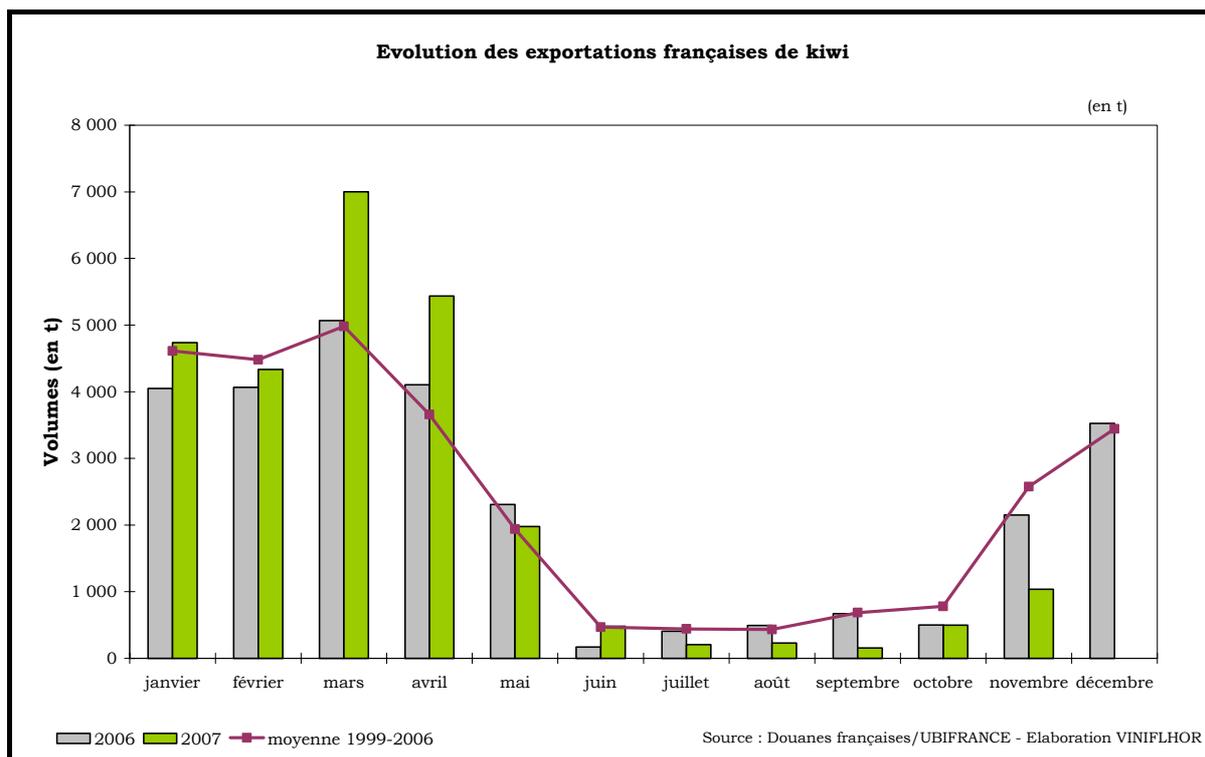
Importations en frais

37 443 tonnes cumulées depuis le 1er janvier 2007



Source : Douanes françaises/UbiFrance/Elaboration Viniflor

■ Importations de forte intensité ■ Importations d'intensité moyenne



Marchés extérieurs du 1er au 13 janvier 2008 :

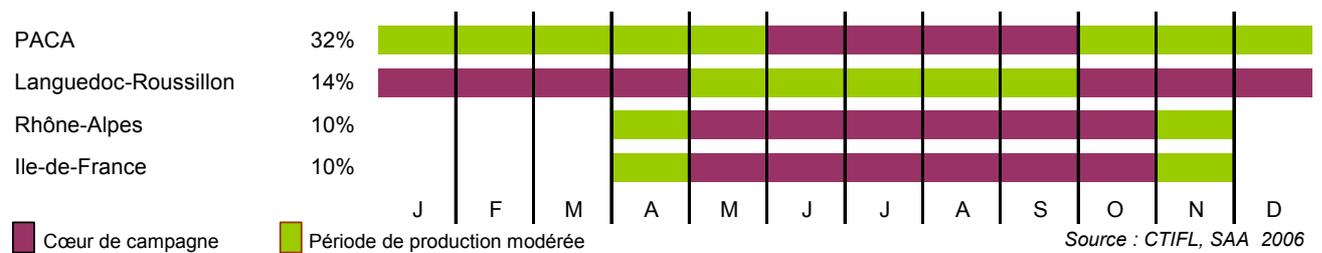
En **Belgique**, les kiwis sont présents sur les étals mais en quantité modérée. L'origine française occupe une bonne place sur le CEFL et la demande atteint un niveau satisfaisant. Les kiwis italiens se font plus discrets cette année et la différence de prix, traditionnellement très forte avec les kiwis français, se réduit cette année : 4 à 4,5 € le plateau italien contre 5,5 à 7,5 € le plateau de kiwis français.

Laitue

(Campagne française : mai 2007 – avril 2008)

1. PRODUCTION

Calendrier de la production de laitue par région



Evolution surfaces (en ha)		France	Evolution volumes (en 1000 pieds)		France
Batavia	Eté 2007	2 154	Batavia	Eté 2007	131 784
	Hiver 2007/08	2 205		Hiver 2007/08	200 973
Pommée	Eté 2007	2 115	Pommée	Eté 2007	124 728
	Hiver 2007/08	1 974		Hiver 2007/08	172 801
Romaine	Eté 2007	326	Romaine	Eté 2007	14 822
	Hiver 2007/08	146		Hiver 2007/08	14 495
A couper	Eté 2007	1 818	A couper	Eté 2007	107 157
	Hiver 2007/08	2 180		Hiver 2007/08	176 116
Total	Eté 2007	6 412	Total	Eté 2007	378 492
	Hiver 2007/08	6 503		Hiver 2007/08	564 385
2007-08/2006-07	Eté 2007	-2,4%	2007-08/2006-07	Eté 2007	-4,4%
	Hiver 2007/08	-0,7%		Hiver 2007/08	-2,7%

Données janvier 08

Source : SCEES

2. COMMERCIALISATION (Période du 01/12/2007 au 18/01/2008)

Après la dégradation de novembre, le marché de la laitue s'améliorait progressivement au mois de décembre avec l'arrivée d'une vague de froid qui générerait une baisse des volumes tout en réactivant la demande interne et externe.

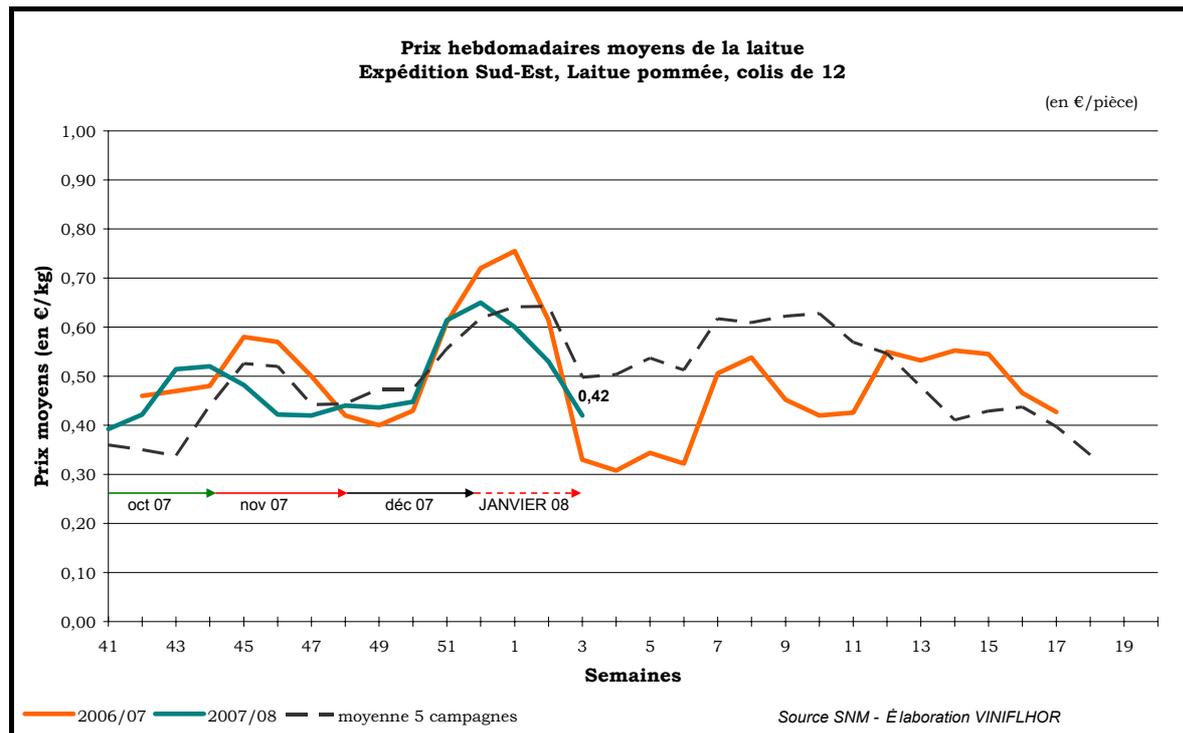
L'écoulement optimal de l'offre occasionnait une remontée des cours qui se stabilisaient pendant la période des fêtes de fin d'année, mais cette tendance s'inversait dès la deuxième semaine de janvier sous l'effet du redoux.

Dès lors, avec une demande en net recul ne pouvant absorber l'offre, le marché s'orientait progressivement vers la saturation, entraînant mécaniquement les cours à la baisse.

3. PRIX MOYENS

PRIX DE DETAIL	S49	S50	S51	S52
Batavia (la pièce)				
Prix moyen de la semaine	0,92 €/p	0,92 €/p	0,97 €/p	1,03 €/p
Taux de présence en GMS	98%	99%	98%	97%
Laitue pommée (la pièce)				
Prix moyen de la semaine	0,91 €/p	0,91 €/p	0,97 €/P	1,04 €/p
Taux de présence en GMS	97%	98%	99%	96%

Source : SNM

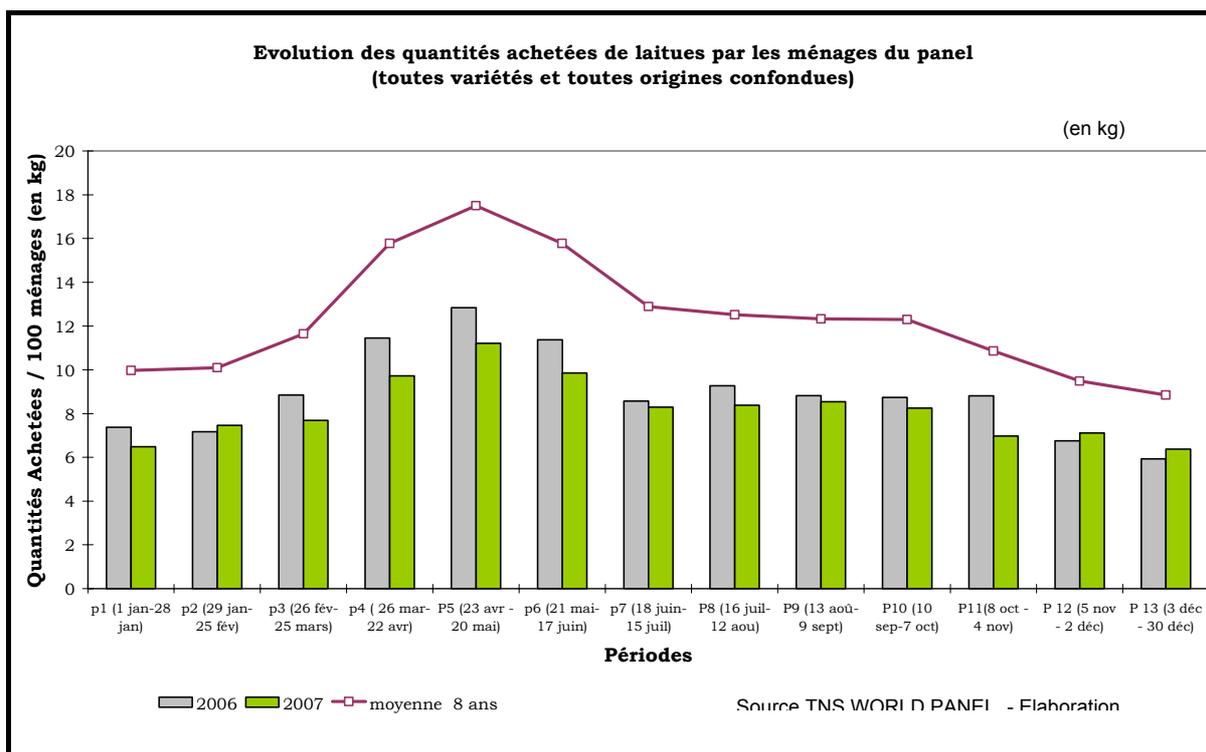
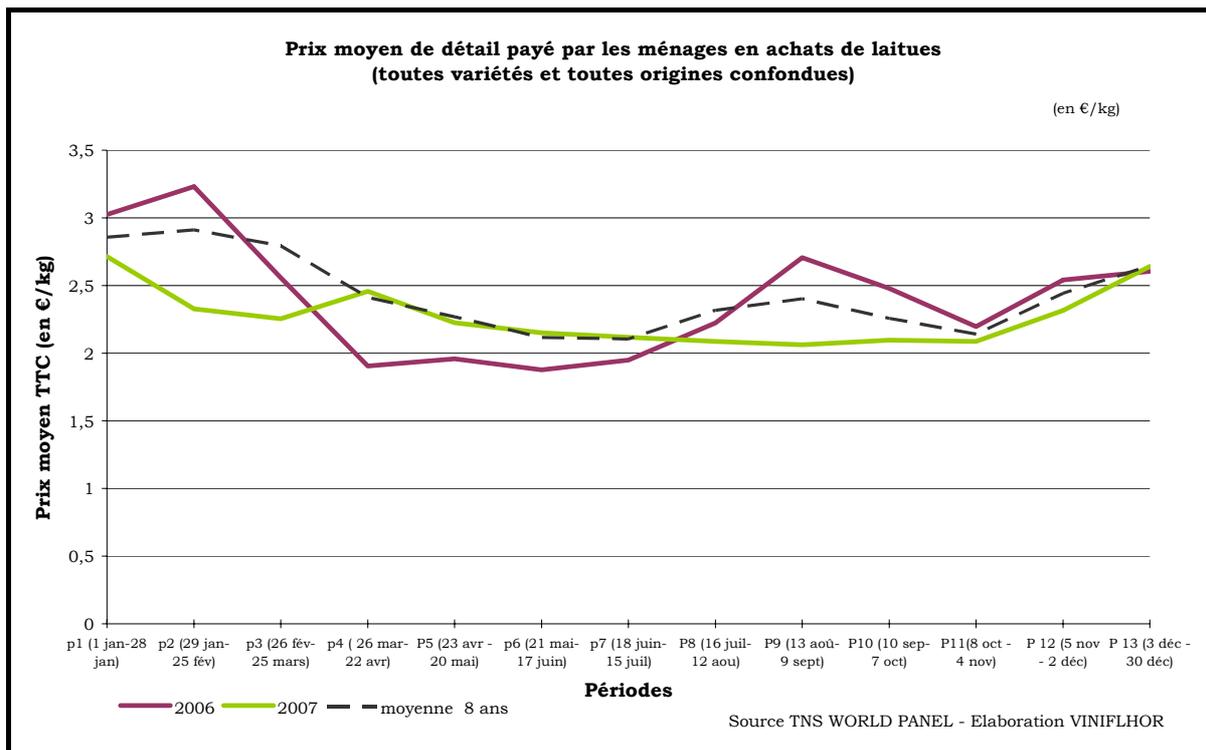


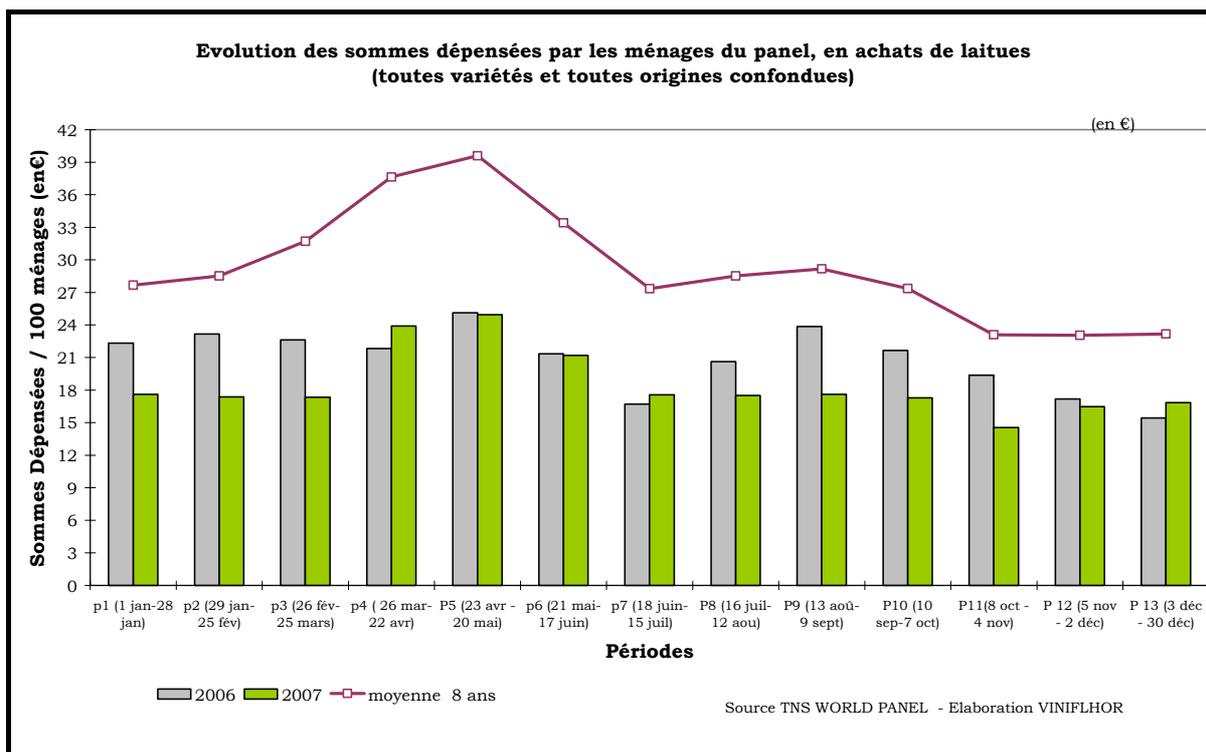
4. CONSOMMATION (Données disponibles du 1er janv. au 30 déc. 2007)

Des achats, des sommes dépensées au plus bas de l'historique pour la laitue fraîche et des acheteurs de moins en moins présents.

Les acheteurs de laitues fraîches qui sont de moins en moins nombreux semblent se détourner de ce produit depuis 8 ans et mécaniquement les achats sont orientés à la baisse. L'année 2007 confirme ce déclin : les quantités achetées ont reculé de 8,3% par rapport à 2006 et de plus d'un tiers par rapport à la moyenne 99/06. C'est le niveau le plus faible depuis 1999. Cependant, ce phénomène est davantage accentué cette année, avec une offre réduite de laitues résultant des mauvaises conditions climatiques.

Il en résulte que les ménages dépensent de moins en moins pour leurs achats de laitues fraîches : - 36,8% en moyenne depuis 8 ans, et - 11,4 % entre 2006 et 2007.





Année de référence 2007	Nombre de foyers acheteurs* de laitues dans le panel, en % (toutes variétés et toutes origines confondues)									
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	moyenne 8 ans
p 1 (1 jan - 28 jan)	20,6	14,7	16,8	13,3	15,3	14,2	13,1	10,8	10,0	14,8
p 2 (29 jan - 25 fév)	20,6	13,0	17,6	14,3	14,5	15,1	11,4	10,5	11,4	14,6
p 3 (26 fév - 25 mars)	23,5	17,1	18,3	15,9	16,1	14,1	13,1	12,6	11,6	16,3
p 4 (26 mar - 22 avr)	26,9	21,6	22,3	22,2	19,9	17,1	16,8	15,0	14,1	20,2
P 5 (23 avr - 20 mai)	28,8	25,7	23,2	21,6	20,3	18,3	17,2	16,3	14,9	21,4
p 6 (21 mai - 17 juin)	27,0	23,7	23,8	17,3	16,9	16,7	16,7	15,1	13,4	19,6
p 7 (18 juin - 15 juil)	22,0	18,5	19,2	15,9	14,7	13,8	13,0	11,7	11,5	16,1
P 8 (16 juil - 12 août)	21,9	20,6	16,2	14,8	15,8	13,7	12,7	13,3	11,2	16,1
P 9 (13 août - 9 sept)	22,3	18,8	17,1	17,0	17,7	14,7	14,3	12,9	11,8	16,9
P 10 (10 sept - 7 oct)	21,0	20,2	17,3	16,7	19,2	15,2	14,1	13,5	11,7	17,1
P 11 (8 oct - 4 nov)	20,3	17,7	18,3	13,8	16,1	13,7	12,8	12,5	10,4	15,6
P 12 (5 nov - 2 déc)	17,1	15,9	15,4	13,5	14,2	13,1	11,2	9,6	10,6	13,8
P 13 (3 déc - 30 déc)	15,4	16,6	16,2	13,4	13,4	11,8	10,2	9,4	9,7	13,3

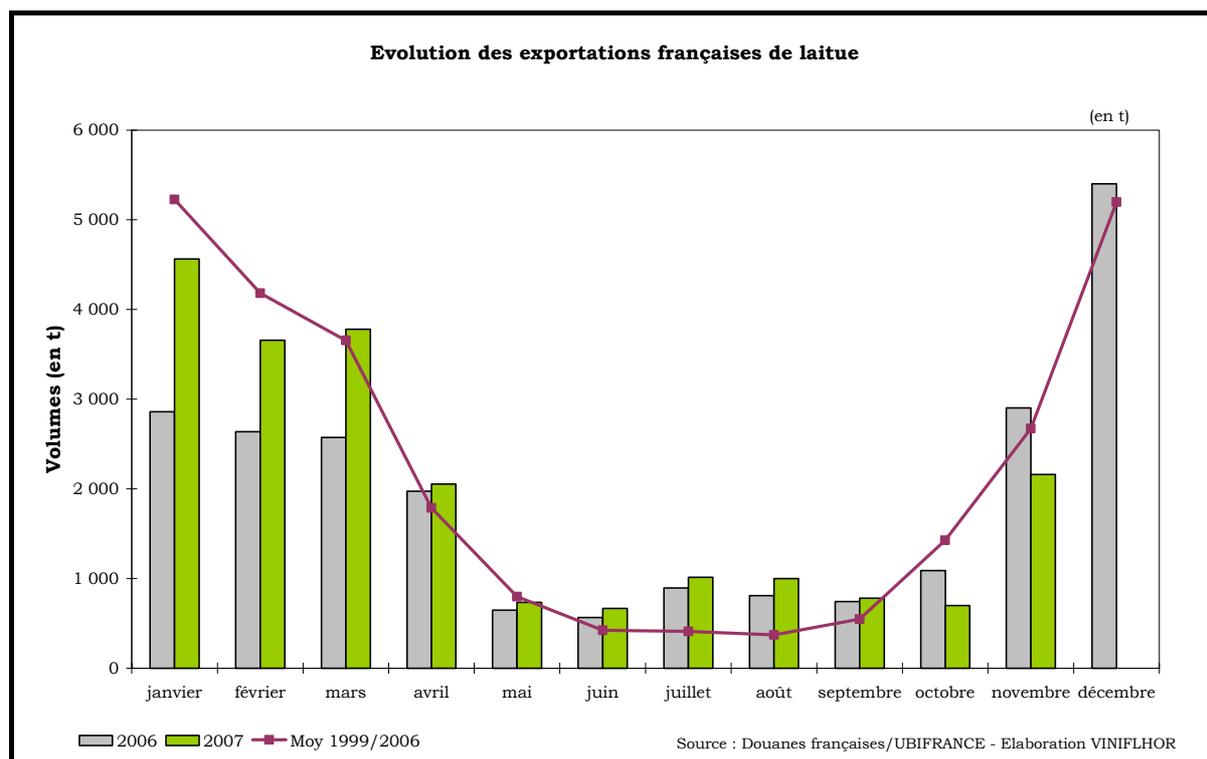
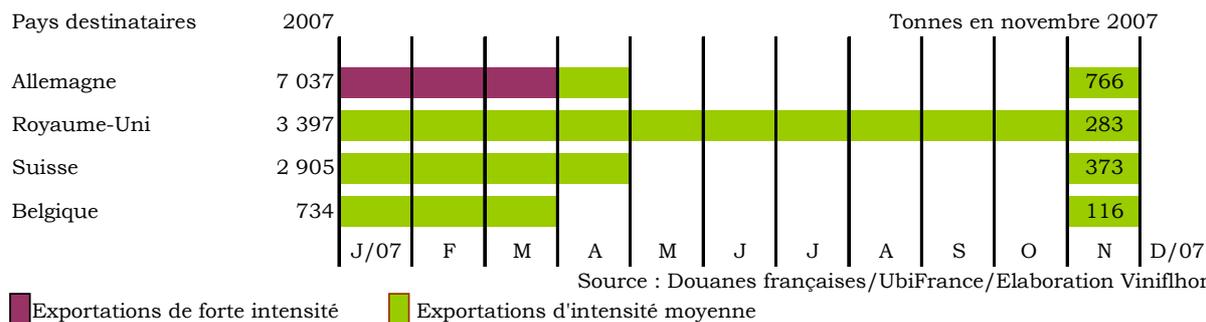
* nombre de foyers dans le panel TNS WORLD qui ont acheté au moins 1 fois le produit dans la période considérée

5. ECHANGES EXTERIEURS (Dernières données disponibles : 30 novembre 2007)

Au cours des 11 premiers mois de 2007, les exportations de laitue sont très supérieures en volume à celles de 2006 (+19 %) et inférieures à celles de la moyenne des 8 dernières années (-2 %). Notre principal client est l'Allemagne (33 % de nos exportations).

Exportations en frais

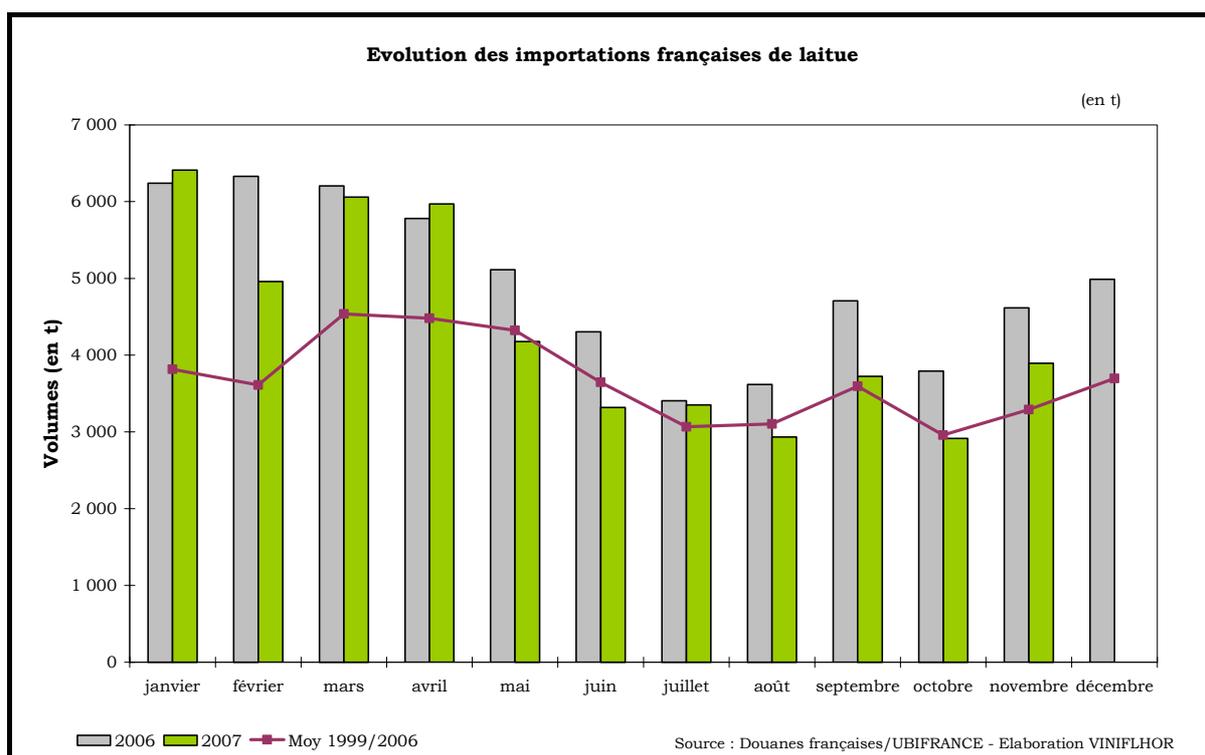
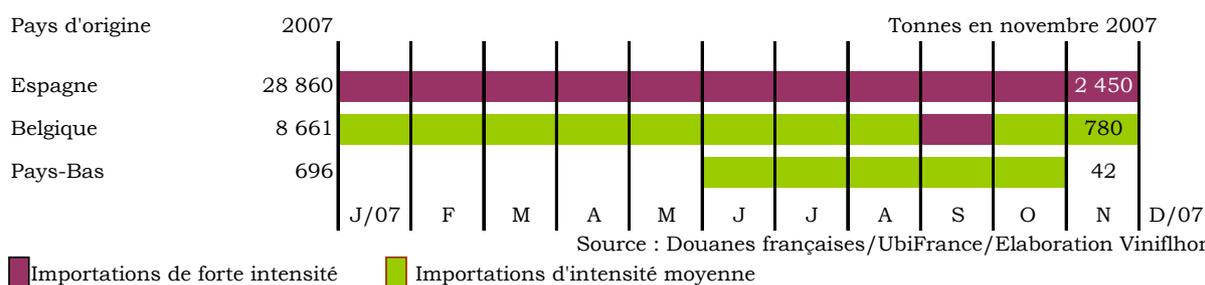
21 108 tonnes cumulées depuis le 1er janvier 2007



En 2007, les importations de laitue, sont en baisse en volume par rapport à celles de 2006 (-12 %) mais en forte hausse par rapport à celles de la moyenne des 8 dernières années (+18 %). Notre principal fournisseur reste l'Espagne avec 28 860 tonnes introduites, soit près de 60% de nos importations.

Importations en frais

47 715 tonnes cumulées depuis le 1er janvier 2007



Marchés extérieurs du 1er au 13 janvier 2008 :

En Belgique, le marché pour les laitues belges est devenu très difficile en raison de l'offre belge et de l'abondance dans d'autres pays producteurs. Les prix qui étaient compris entre 0,50 et 0,65€/pièce entre les fêtes sont compris entre 0,35 et 0,45 € actuellement, ce qui est totalement insuffisant compte tenu notamment du coût de l'énergie. L'offre belge de Lolo bionda reste assez importante et cotait 0,60-0,70€/pièce le 10/01 sur les cadrans. Les Lolo rossa et feuilles de chêne, moins abondantes, valent jusqu'à 0,70-0,80€. Les salades d'importation doivent être de gros calibre et d'une qualité nettement supérieure pour pouvoir se vendre.

On trouve un peu de frisée française à 1€/pièce sur le CEFL. La mâche qui valait très cher sur les cadrans au cours des semaines passées, se vend entre 4 et 4,5 €/kg, ce qui est plus raisonnable et relativement satisfaisant.

En Allemagne, la situation de l'iceberg va conditionner l'évolution de la conjoncture des salades dans les jours prochains. Vu son importance sur les étals, l'iceberg pourrait accélérer la baisse des prix pour l'ensemble des salades.

La domination belge en laitues s'amenuise début janvier du fait de la diversification des origines (Italie nettement plus présente sur le sud, ponctuellement l'Espagne et la France, retour des Pays-Bas en GMS) et des segments de qualité/calibres plus différenciés qui induisent un éventail de prix plus large. Les programmes GMS sont relancés avec la Belgique et les Pays-Bas mais confirment une tendance à la baisse continue des ventes de laitues pommées au détail, tandis que les circuits de grossistes absorbent plus de marchandise qu'en décembre (formation de resserres). Le commerce de détail traditionnel marque un intérêt pour des grammages supérieurs à 350g.

L'offre en salades de diversification est en nette reprise depuis le début de la semaine 02. L'origine française reste dominante en espèces rouges destinées aux grossistes, mais la concurrence italienne et surtout espagnole se profile dans les programmes GMS où les positions françaises sont réellement attaquées. Les cours au stade de gros s'effritent mais sans décrochage brutal et l'offre reste en équilibre avec la demande sur la semaine 02. Les variétés blondes décrochent plus nettement que les rouges sur les marchés de gros où les frisées fines sont souvent dégagées à perte.

L'évolution de la météo, des disponibilités italienne et française sur les différents segments de l'univers des salades influenceront sensiblement dans les prochains jours la tenue du marché de salades de diversification.

Aux Pays-Bas, the Greenery a enregistré une augmentation de la demande de salades et de légumes de 4^{ème} gamme début 2008, notamment pour des expéditions vers l'Angleterre. Cette tendance est vraisemblablement liée à l'aspiration des consommateurs à se nourrir de manière plus saine.

Veille réalisée par le service végétaux d'Ubifrance.

Poire de table

(Campagne française de commercialisation : juillet 07 – juin 08)

1. PRODUCTION

Calendrier de production de poire par région



Evolution surfaces (en ha)	France	Evolution volumes (en t)	France
2007	8 400	2007	204 300
2006	8 641	2006	226 786
Variation	-2,8%	Variation	-9,9%
moyenne 5 ans	9 286	moyenne 5 ans	225 958
2007 / moy. 5 ans	-9,5%	2007 / moy. 5 ans	-9,6%

Données sept 2007

Source : SCEES

2. COMMERCIALISATION (Période du 01/12/07 au 18/01/08)

En décembre, l'activité était relativement calme sur le marché de la poire.

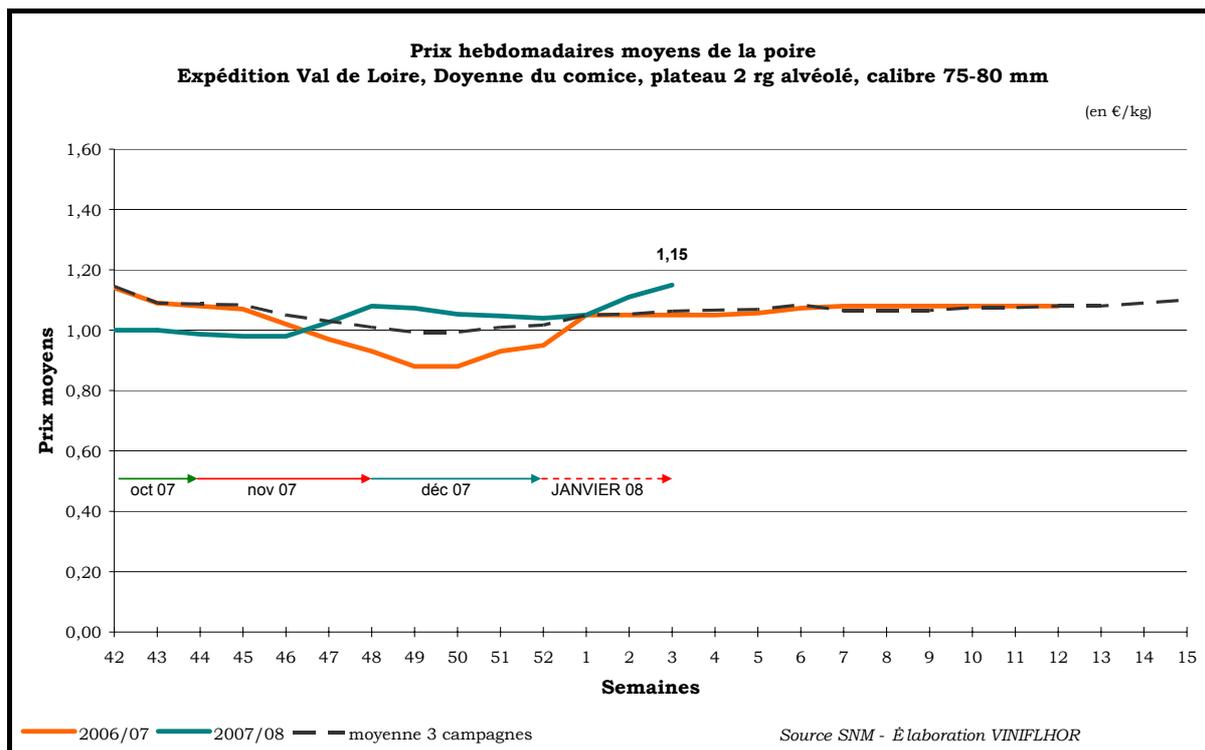
La Conférence, dont les volumes déclinaient en Rhône-Alpes, subissait une très forte pression du Bénélux, tandis que la qualité hétérogène de la Comice en perturbait le déstockage.

De nombreuses stations étaient en fermeture annuelle, et la faiblesse des volumes commercialisés compensait la lenteur du rythme de vente.

Avec cet équilibre de marché, les cours qui se situaient à de bons niveaux en décembre, se raffermisssaient au cours du mois de janvier.

3. PRIX MOYENS

PRIX DE DETAIL	S52	S1	S2	S3
Poire Conférence vrac (le kg)				
Prix moyen de la semaine	2,00 €/kg	2,01 €/kg	2,02 €/kg	1,98 €/kg
Taux de présence en GMS	62%	65%	56%	55%
Poire Comice vrac (le kg)				
Prix moyen de la semaine	2,16 €/kg	2,16 €/kg	2,19 €/kg	2,20 €/kg
Taux de présence en GMS	73%	72%	63%	66%
Poire Williams verte vrac (le kg)				
Prix moyen de la semaine	2,54 €/kg	2,51 €/kg	2,66 €/kg	2,76 €/kg
Taux de présence en GMS	43%	46%	14%	12%



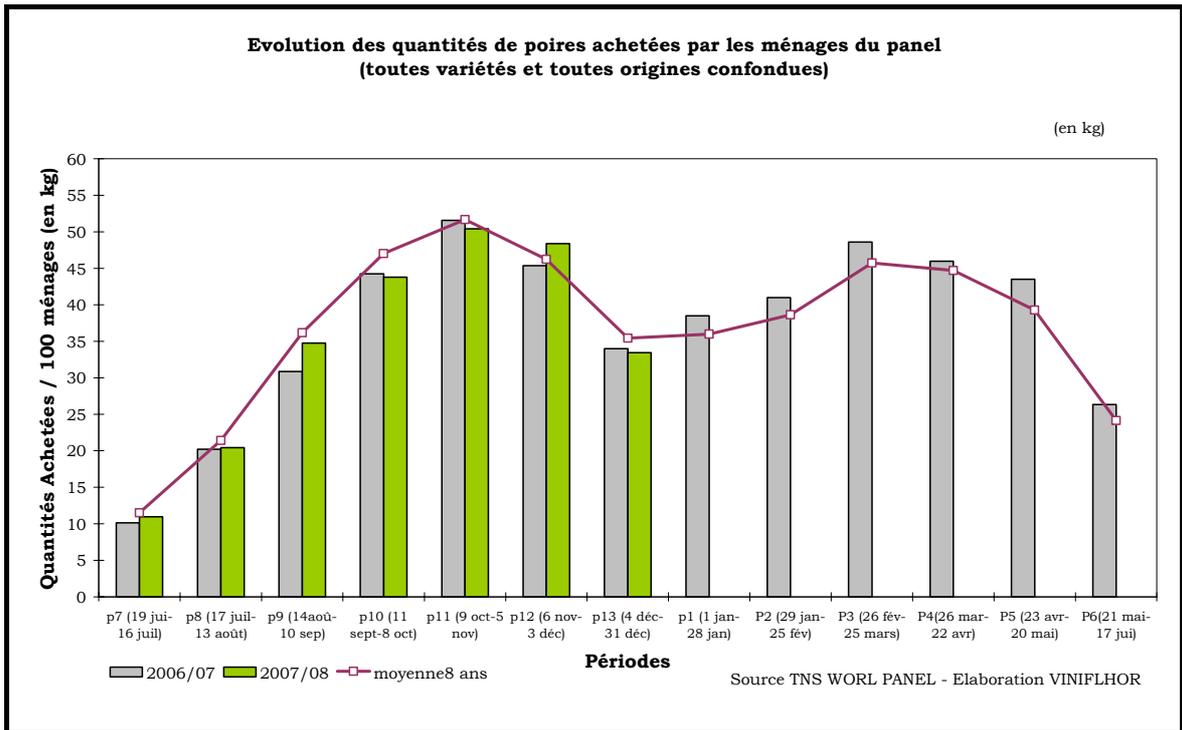
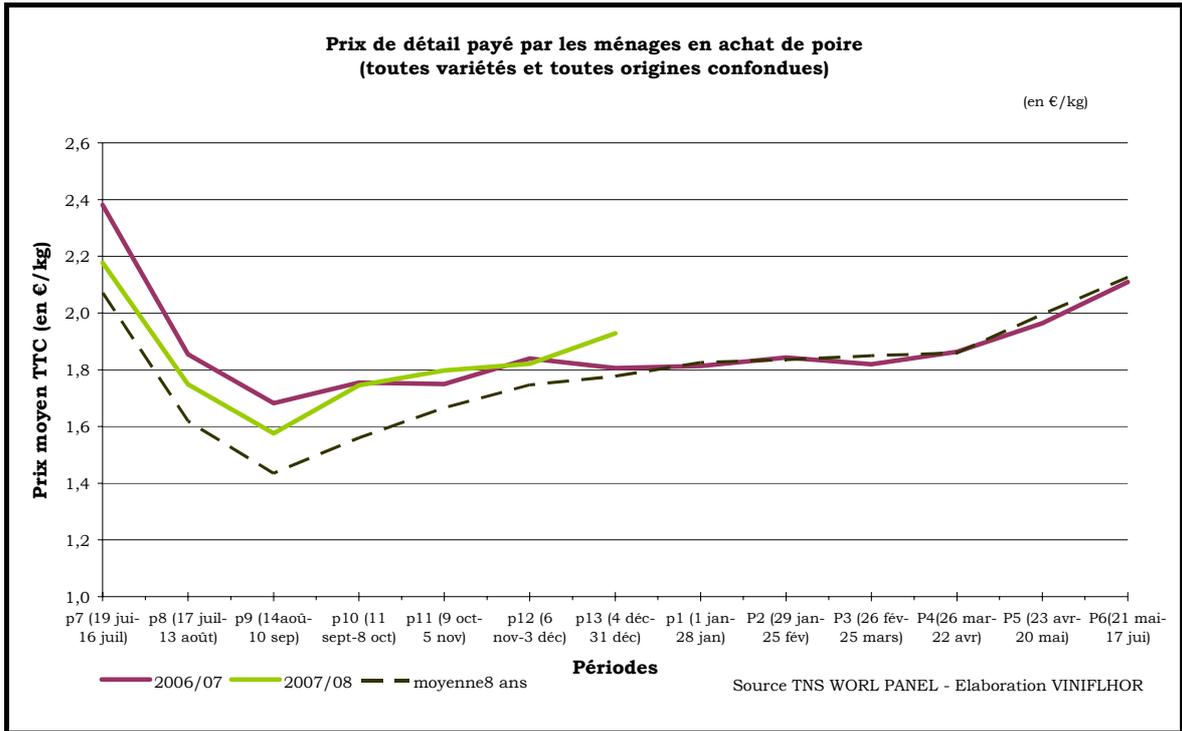
4. CONSOMMATION (Données disponibles du 19 juin au 13 déc. 2007)

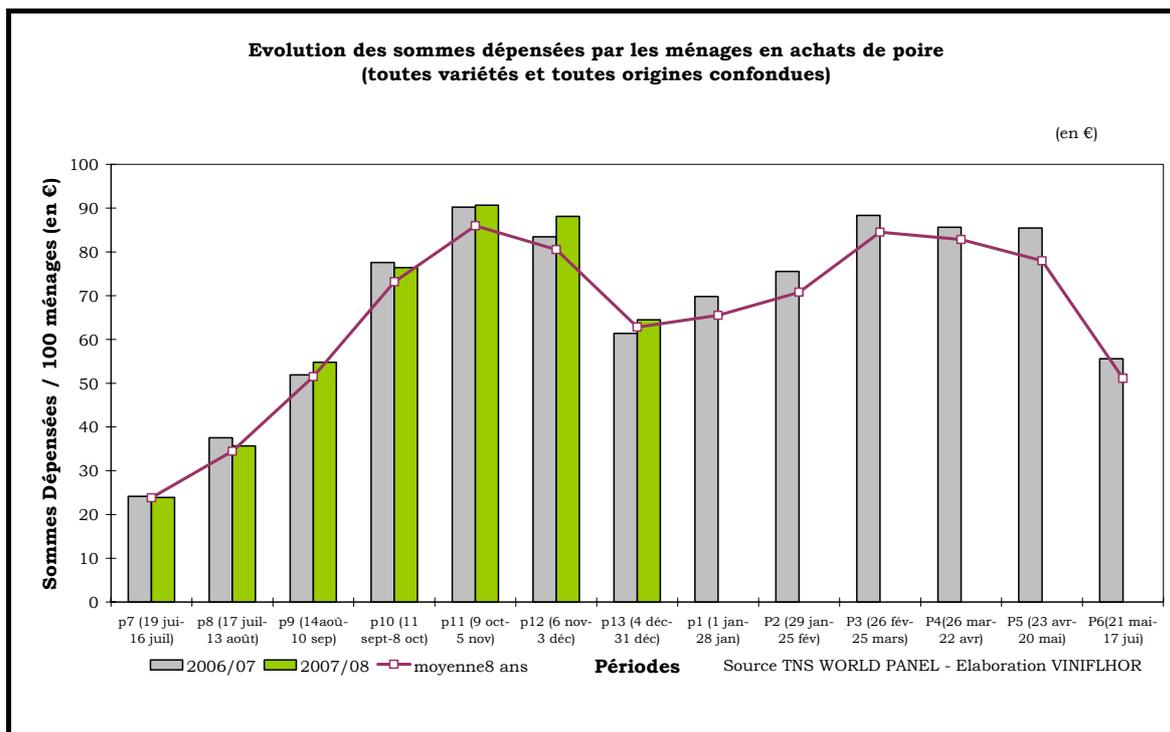
La campagne 2007-2008 s'annonce mieux orientée qu'en 2006/2007.

De mi juin à fin décembre 2007, les achats globaux de poires augmentent de 2,5% par rapport à ceux de l'an passé mais restent inférieurs de 2,9% comparés à ceux de la moyenne 99-06. La hausse de la consommation a sans doute été dopée du fait d'une baisse de prix non négligeable que l'on observe de juin à fin août. Cependant lors du mois de septembre le prix commence à grimper et les achats régressent légèrement.

En effet, les prix qui étaient largement au dessous des valeurs de 2006 jusqu'à mi-septembre (autour de -8%) tout en restant à des niveaux moyens supérieurs à ceux des 8 dernières périodes redeviennent dès le mois d'octobre supérieurs à 2006 et aux niveaux moyens de 99/06.

Dans ce contexte les ménages ont vu leurs dépenses progresser de 1,8% à périmètre égal de l'an passé et comparées à la moyenne 99/06, les dépenses des ménages restent supérieures de 5,3%.





Références 2007/2008	Nombre de foyers acheteurs* de poire en % (toutes variétés et toutes origines confondues)									
	1999/00	2000/01	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	moyenne 8 ans
7ème Période (du 18 juin au 15 juillet)	7,7	8,7	10,8	6,5	8,8	10,7	10,5	8,5	9,8	9,0
8ème Période (du 16 juil au 12 août)	15,5	18,2	18,4	15,8	19,3	13,8	13,3	15,2	15,2	16,2
9ème Période (du 13 août au 9 sept)	25,8	25,5	25,0	21,1	23,4	21,4	23,8	20,8	22,6	23,4
10ème Période (du 10 sept au 7 oct)	28,7	28,3	29,0	27,3	29,6	28,0	30,2	28,6	27,9	28,7
11ème Période (du 8 oct au 4 nov)	28,6	30,9	26,6	26,9	29,8	30,5	28,9	28,5	29,0	28,8
12ème Période (du 6 nov au 3 déc)	26,3	26,7	23,2	25,2	27,2	26,8	26,0	25,7	25,7	25,9
13ème Période (du 4 déc au 31 déc)	21,5	23,0	19,2	20,3	21,5	20,7	21,8	20,7	20,4	21,1

* nombre de foyers dans le panel TNS WORLD qui ont acheté au moins 1 fois le produit dans la période considérée

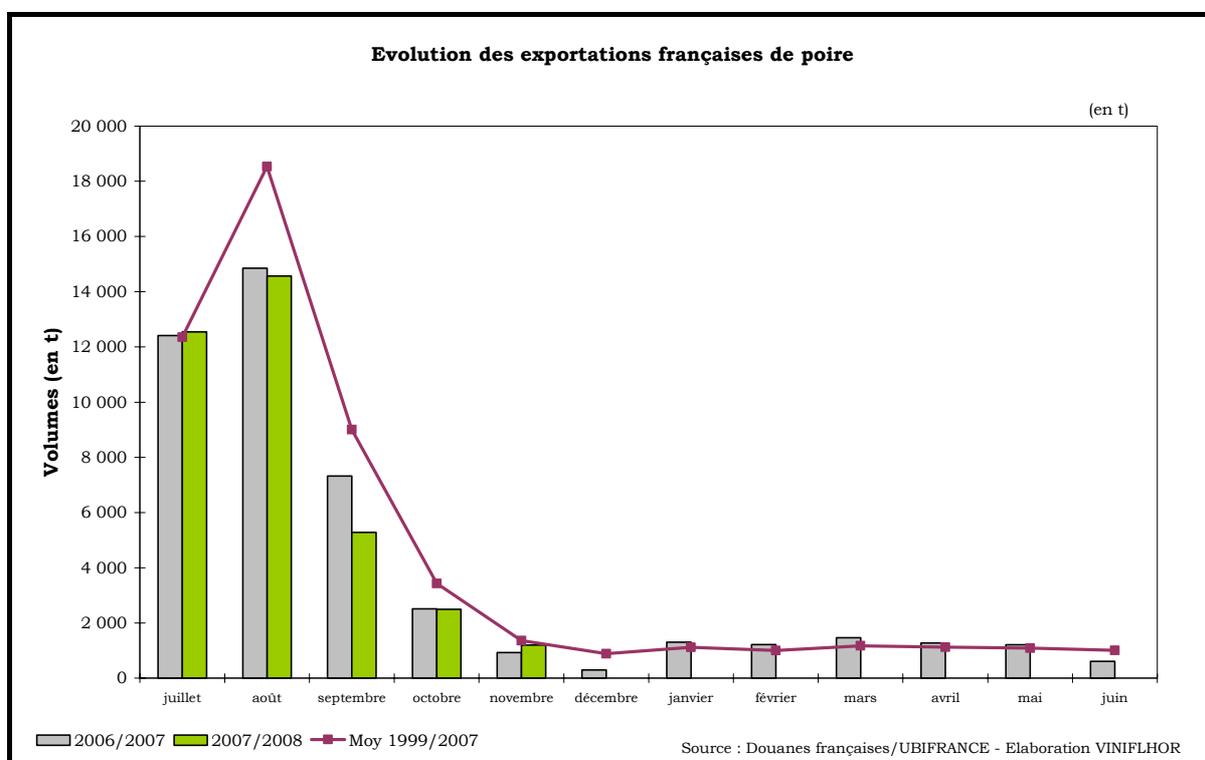
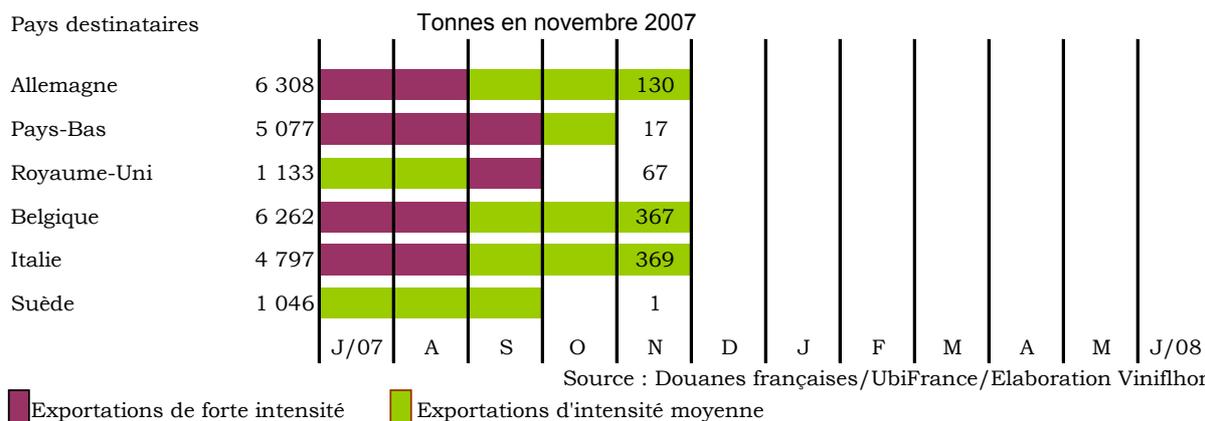
5. ECHANGES EXTERIEURS (Dernières données disponibles : 30 novembre 2007)

Les exportations françaises de poire sont en baisse durant ce début de campagne 2007/2008 par rapport à celles de la campagne 2006/2007 (- 5 %), et par rapport à celles de la moyenne des 8 dernières campagnes (- 19 %).

L'Allemagne reste notre principal débouché avec 6 308 tonnes expédiées depuis juillet, suivie par la Belgique : 6 262 tonnes.

Exportations en frais

36 087 tonnes cumulées depuis le 1er juillet 2007

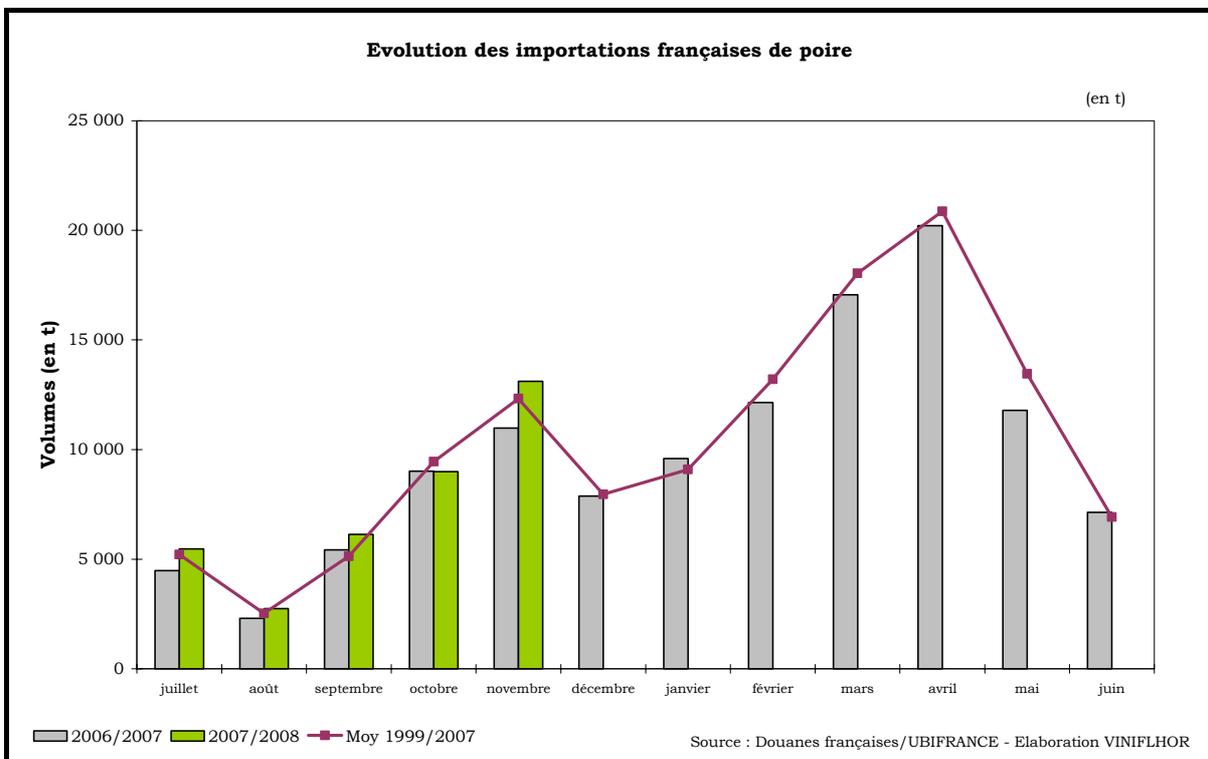
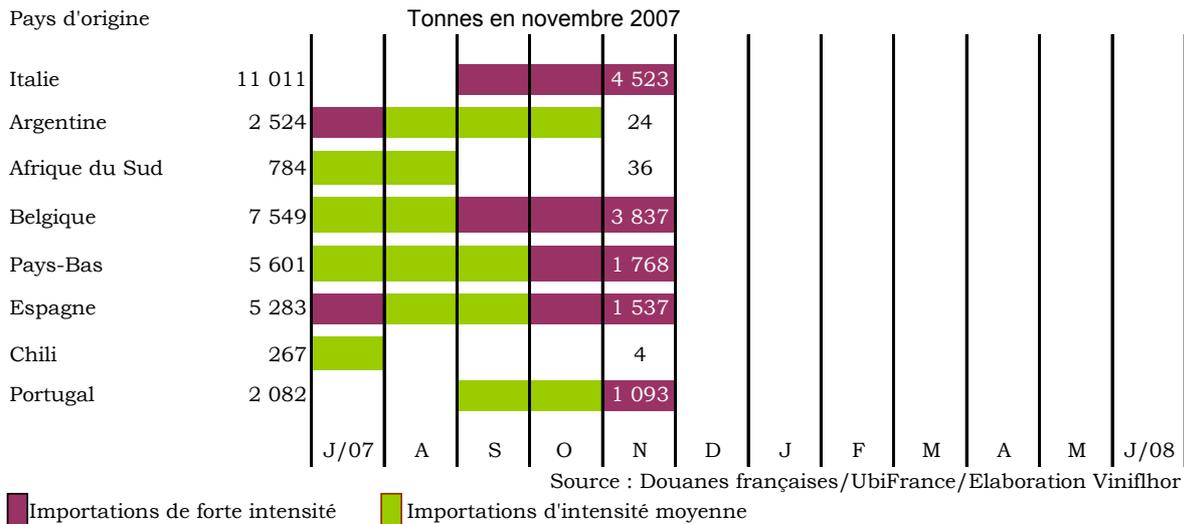


Les importations de poire sont en hausse en volume (+ 13%) par rapport à celles de 2006/2007 et + 5 % par rapport à celles de la moyenne des 8 dernières campagnes.

L'Italie est notre principal fournisseur de poires.

Importations en frais

36 453 tonnes cumulées depuis le 1er juillet 2007



Marchés extérieurs du 1er au 13 janvier 2008 :

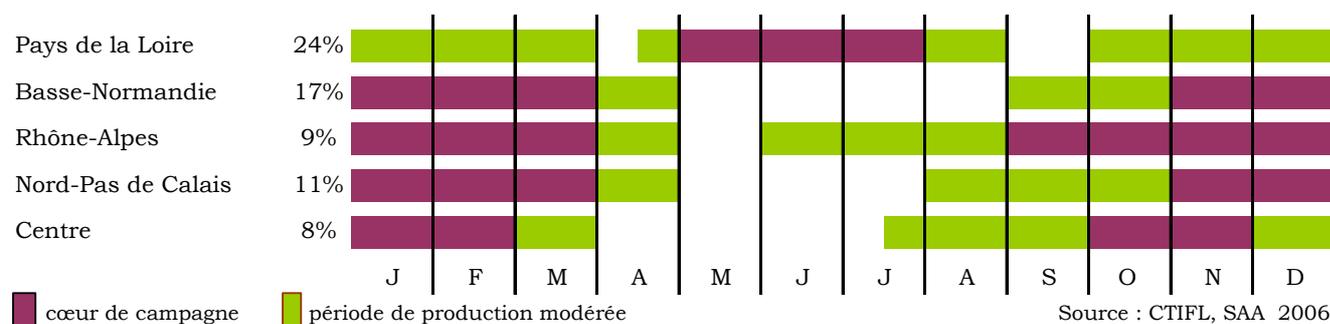
Aux **Pays-Bas**, Depuis les fêtes, les ventes de poires néerlandaises se sont bien animées, avec une mise en marché et une commercialisation à l'export en hausse, profitant d'une offre européenne déficitaire. Les prix sont actuellement satisfaisants et la commercialisation de l'essentiel de la récolte néerlandaise devrait se poursuivre sur les trois prochaines semaines pour la Comice et les douze prochaines semaines pour la Conférence. A signaler sur la Comice, un certain manque de saveur cette année, qui pourrait provenir des conditions particulières de la floraison.

Poireau

(Campagne française : mai 2007 – avril 2008)

1. PRODUCTION

Calendrier de production de poireau par région



Evolution surface (en ha)		Evolution volumes (en t)	
France		France	
2006	6 281	2006	178 551
2005	6 419	2005	182 910
Variation	-2,15%	Variation	-2,38%
moyenne 5 ans	6 824	moyenne 5 ans	183 311
2005 / moy. 5 ans	-7,96%	2005 / moy. 5 ans	-2,60%

Données déc 2007

Source : SCEES

La culture du poireau se déroule du 1er mai au 31 avril en trois périodes distinctes :

- Poireau primeur du 1^{er} mai au 31 juillet,
- Poireau d'automne ou de saison de septembre à novembre,
- Poireau d'hiver de décembre à avril.

Au niveau national, la production est assez régulière d'année en année. Elle s'établit en moyenne à 180 000 t pour une surface plus ou moins stable d'environ 7 000 ha sur les cinq dernières campagnes.

2. COMMERCIALISATION (Période du 01/12/07 au 18/01/08)

L'annonce de températures froides en décembre entraînait une légère hausse de la demande et un raffermissement des prix du poireau en début de mois où de nombreuses mises semblaient dynamiser le marché.

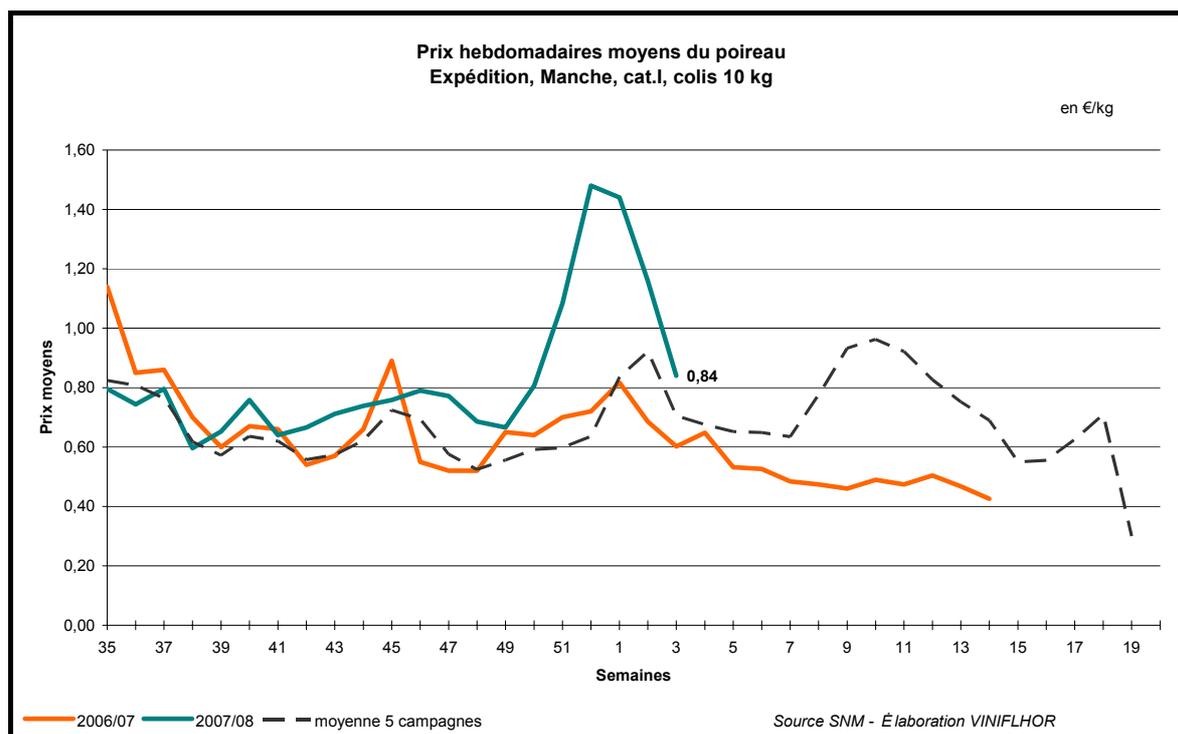
Cette amélioration se confirmait en fin d'année avec une flambée des cours consécutive au développement des ventes face à une offre réduite suite à des difficultés d'arrachage.

La météo plus douce de janvier faisait reculer la demande, et les cours, qui s'orientaient à la baisse, conservaient cependant des niveaux nettement supérieurs à ceux des années précédentes.

3. PRIX MOYENS

	S10	S11	S12	S13
Prix de détail Poireau vrac (le kg)				
Prix moyen de la semaine	1,34 €/kg	1,38 €/kg	1,36 €/kg	1,37 €/kg
Taux de présence en GMS	96%	96%	97%	95%

Source : SNM



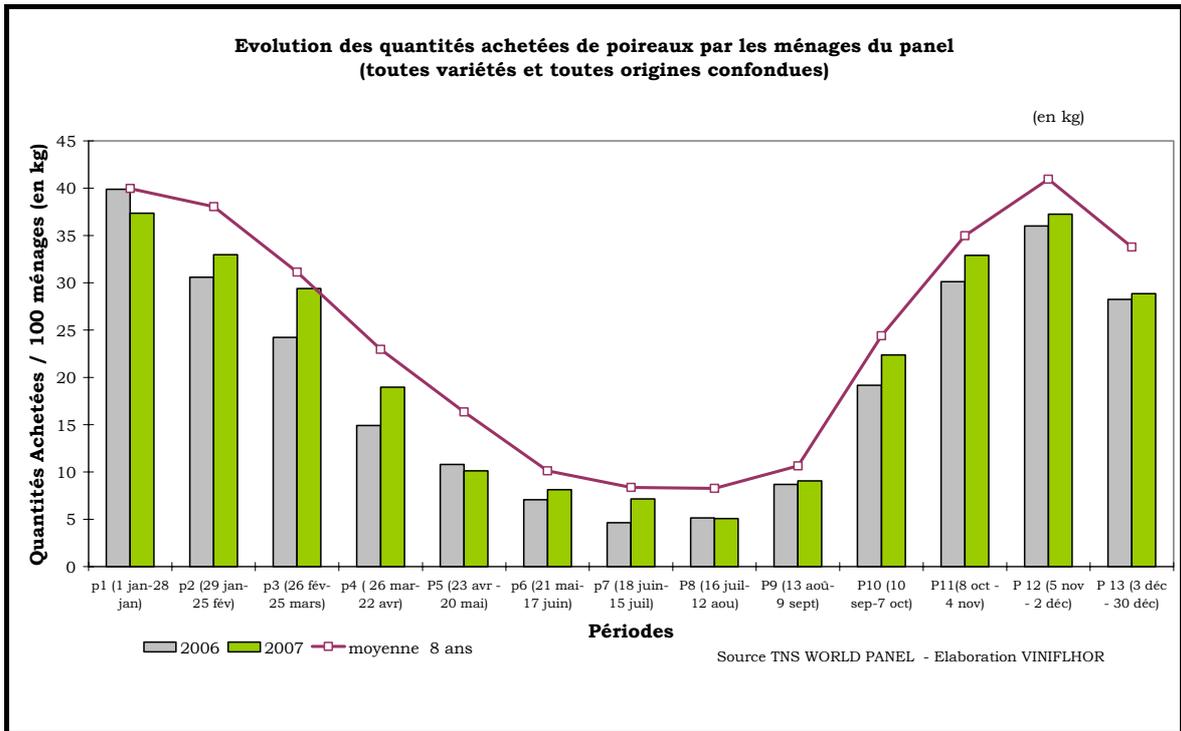
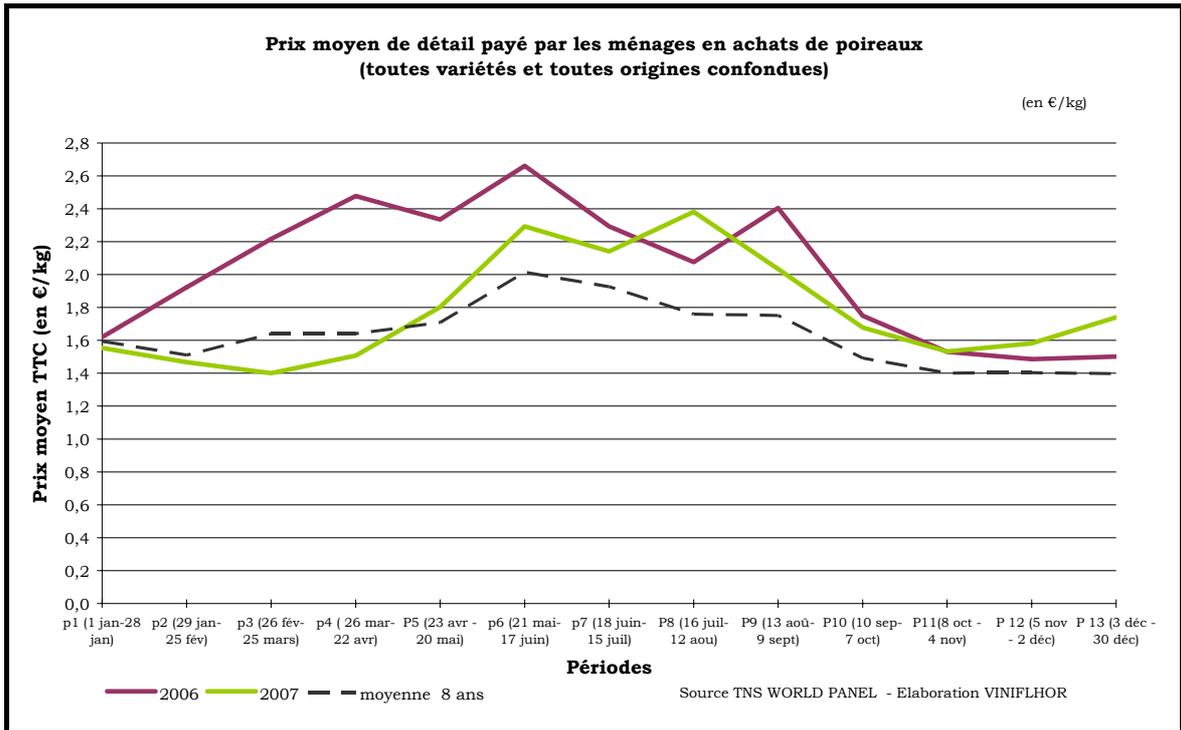
4. CONSOMMATION (Données disponibles du 01/01/07 au 30/11/07)

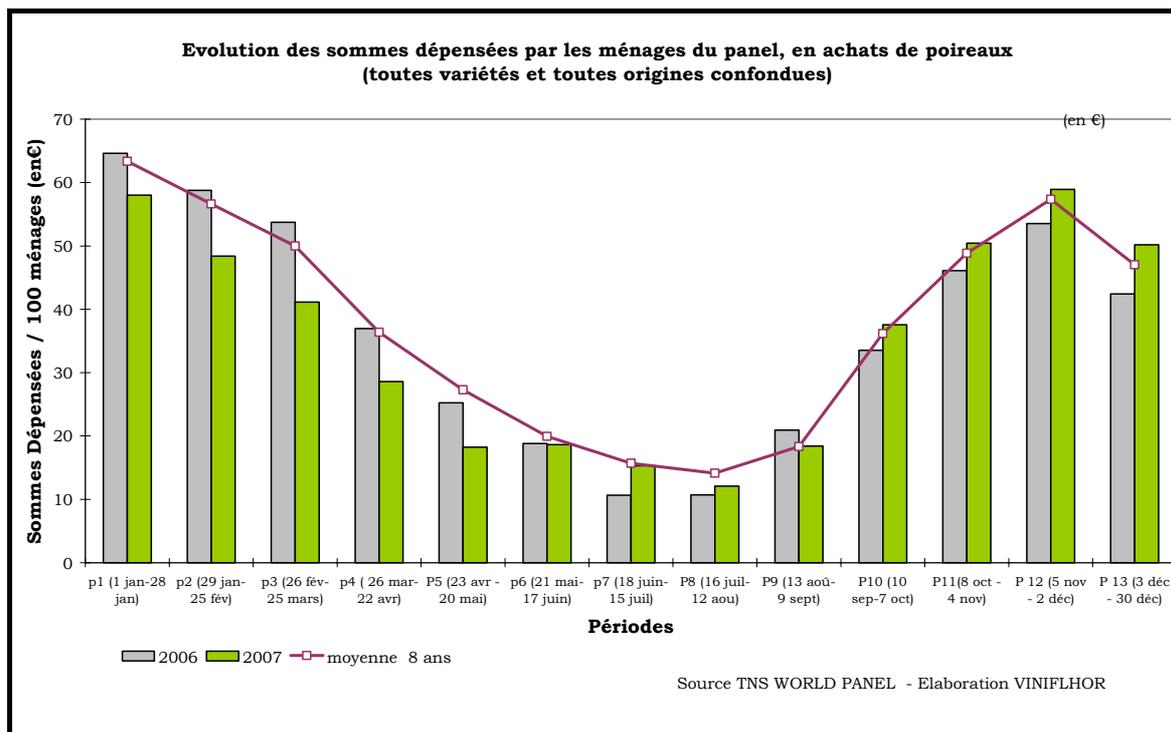
Après une année 2006 avec des quantités et des sommes dépensées au plus bas de l'historique, le poireau a repris quelques couleurs en 2007 en volume.

Les quantités achetées de poireau qui enregistrent une progression de 9,3% entre 2007 et 2006 reculent de 12,9 % comparées à celles de la moyenne des 8 dernières périodes. Lors du début de l'année (février et mars) avec le recul du prix non négligeable les achats se sont nettement redressés tout en restant inférieurs à ceux de la moyenne 99-06.

Les prix qui poursuivaient depuis novembre 2006 leur progression, redeviennent à partir de janvier 2007 bien inférieurs (entre 15 et 30 %) à ceux de l'an passé sur la période équivalente de 2006 (qui étaient pour mémoire particulièrement « haussiers ») et à ceux de la moyenne 99-06 jusqu'à mi avril. Mais à compter de novembre 2007, ils redeviennent, à nouveau, supérieurs à ceux de 2006 et à ceux de la moyenne 99-06.

Cependant, la progression des volumes n'a pas été suffisante pour compenser la baisse des prix observée sur les 10 premiers mois de 2007, car les sommes dépensées par les ménages affichent des évolutions négatives (-8,7%) en 2007 et par rapport à la moyenne 8 ans (-10,3%). C'est le niveau le plus faible depuis l'historique.





Année de référence 2007	Nombre de foyers acheteurs* de poireaux dans le panel, en % (toutes variétés et toutes origines confondues)									
	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	moyenn e 8 ans
p 1 (1 jan-28 jan)	32,0	31,6	30,5	29,2	30,2	29,8	28,5	28,8	27,8	30,1
p2 (29 jan-25 fév)	31,5	29,8	28,2	25,4	27,0	27,9	29,3	25,1	25,1	28,0
p3 (26 fév-25 mars)	25,5	25,8	26,0	22,1	20,7	24,0	27,7	21,8	22,8	24,2
p4 (26 mar-22 avr)	19,6	24,3	19,9	18,6	17,0	19,8	18,0	14,7	16,0	19,0
P5 (23 avr -20 mai)	17,0	16,4	16,1	14,9	13,5	15,0	14,5	11,5	10,2	14,9
p6 (21 mai-17 juin)	11,8	11,8	10,2	10,5	11,9	11,0	10,0	9,3	9,5	10,8
p7 (18 juin-15 juil)	10,1	9,4	9,0	8,9	8,8	8,6	7,7	5,8	8,3	8,5
P8 (16 juil-12 aou)	9,8	11,3	9,3	8,5	6,0	6,3	6,0	6,3	6,5	7,9
P9 (13 aoû-9 sept)	11,5	10,1	11,3	11,4	10,0	8,6	10,1	10,5	10,1	10,4
P10 (10 sep-7 oct)	21,7	20,3	24,7	19,0	20,2	18,4	20,2	18,8	19,4	20,4
P11(8 oct - 4 nov)	28,7	29,5	27,3	25,1	28,0	24,3	24,4	24,5	25,2	26,5
P 12 (5 nov - 2 déc)	31,3	31,2	30,7	26,9	27,6	27,0	28,1	26,2	27,1	28,6
P 13 (3 déc - 30 déc)	26,8	27,1	27,4	24,0	25,9	25,4	24,7	22,8	24,5	25,5

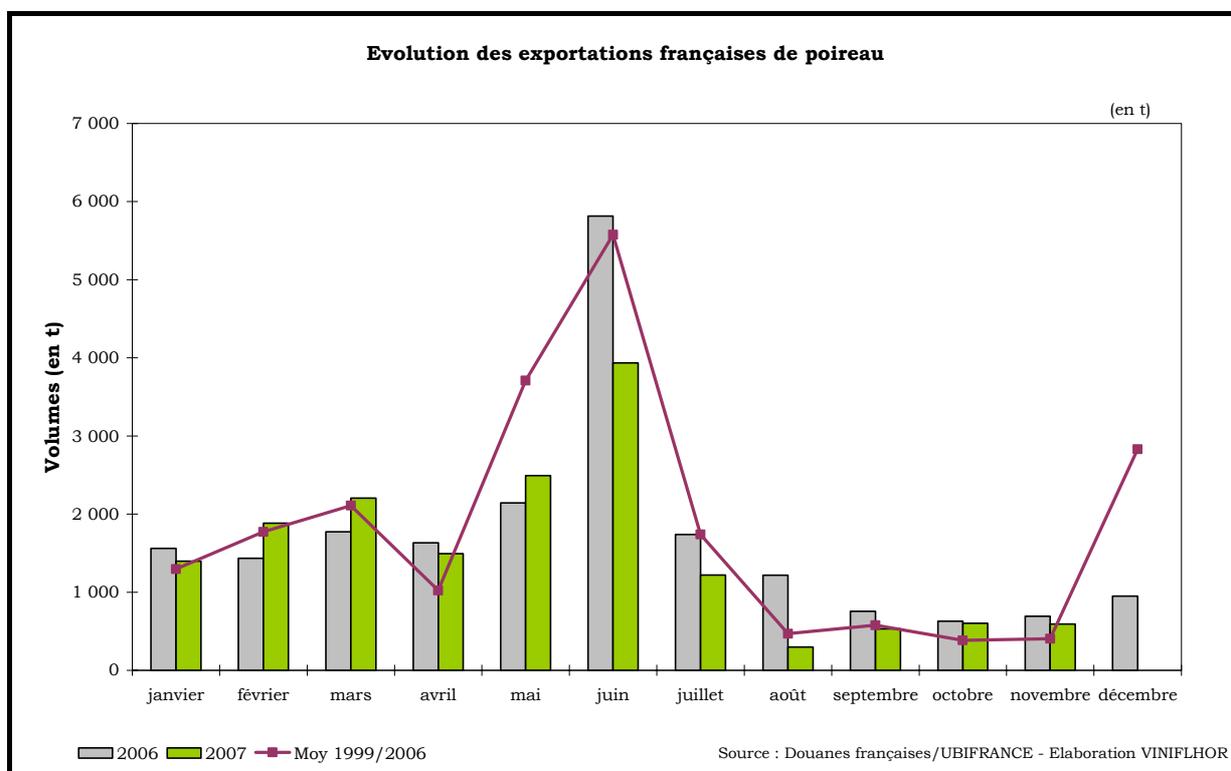
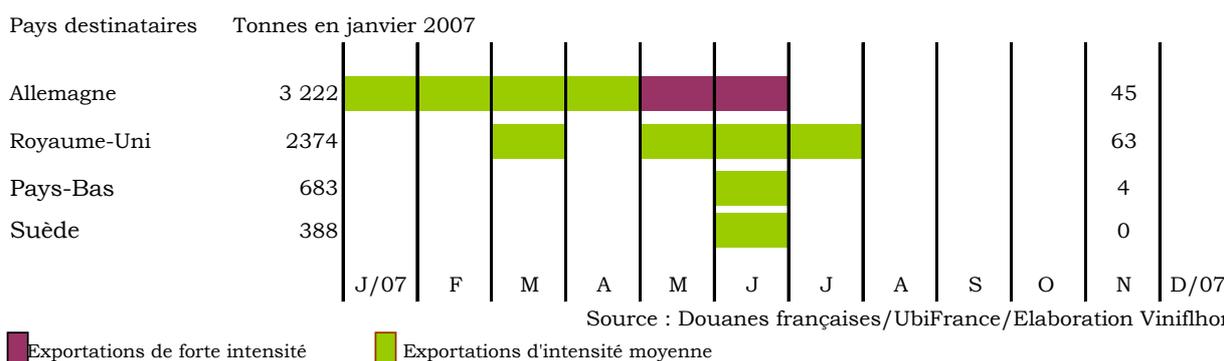
* nombre de foyers dans le panel TNS WORLD qui ont acheté au moins 1 fois le produit dans la période considérée

5. ECHANGES EXTERIEURS (Dernières données disponibles : 30 novembre 2007)

Au cours des 11 premiers mois de 2007, les exportations de poireau sont inférieures en volume à celles de 2006 ainsi qu'à celles de la moyenne des 8 dernières années. La principale destination de nos exportations est l'Allemagne.

Exportations en frais

16 650 tonnes cumulées depuis le 1er janvier 2007



Les importations sont inférieures à celles de 2006 et supérieures en volume à celles de la moyenne des 8 dernières années.

Le poireau d'importation provient essentiellement de Belgique.

Importations en frais

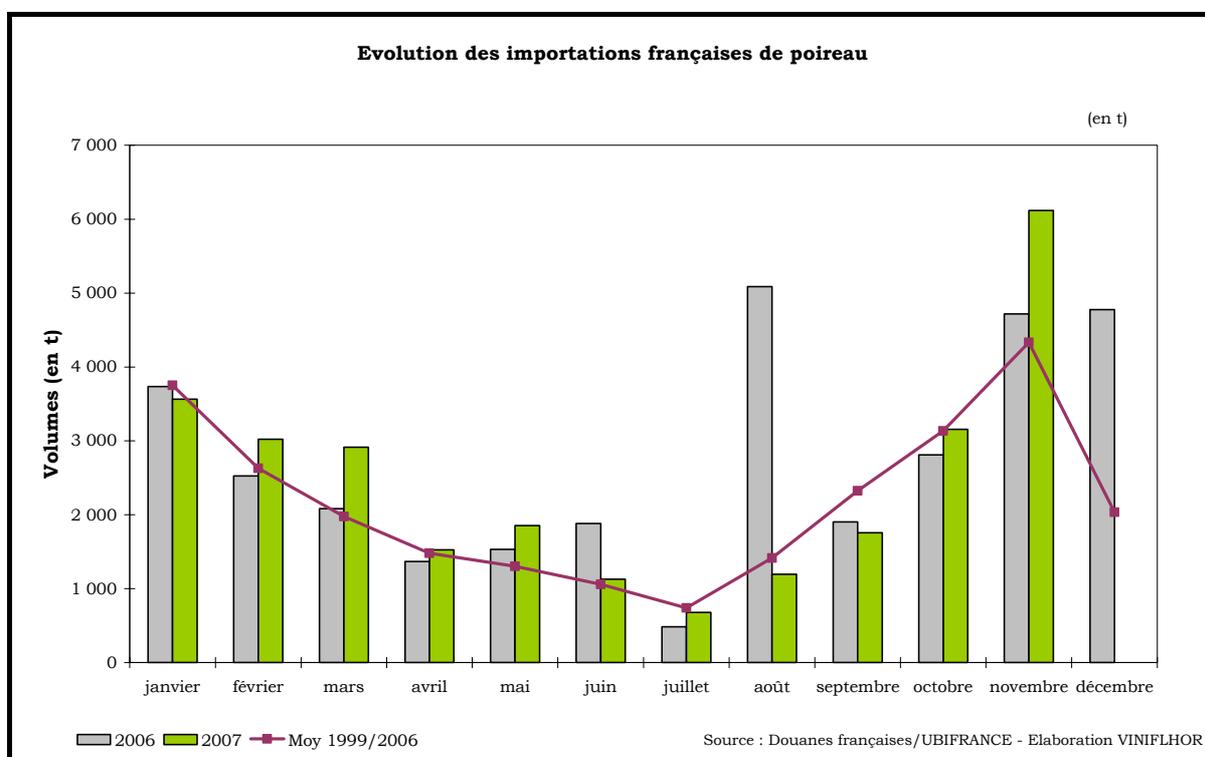
26 916 tonnes cumulées depuis le 1er janvier 2007

Pays d'origine



Source : Douanes françaises/UbiFrance/Elaboration Viniflor

■ Importations de forte intensité ■ Importations d'intensité moyenne



Pomme de table

(Campagne française de commercialisation : juillet 07 - juin 08)

1. PRODUCTION

Calendrier de production de pomme par région



Evolution surfaces (en ha)		Evolution volumes (en t)	
France		France	
2007	44 200	2007	1 822 500
2006	45 093	2006	1 736 934
Variation	-2,0%	Variation	4,9%
moyenne 5 ans	48 017	moyenne 5 ans	1 852 805
2007 / moy. 5 ans	-7,9%	2007 / moy. 5 ans	-1,6%

Données nov 2007 Source : SCEES

2. COMMERCIALISATION (Période du 01/12/07 au 18/01/08)

Pendant le mois de décembre, la pomme évoluait dans un contexte relativement calme sur le marché intérieur, les agrumes et exotiques paraissant attirer davantage les consommateurs, alors que les transactions étaient plus régulières à l'export, particulièrement en Gala et Elstar.

L'essentiel des transactions de la fin d'année concernaient des réapprovisionnements, la plupart des stations étant en fermeture annuelle.

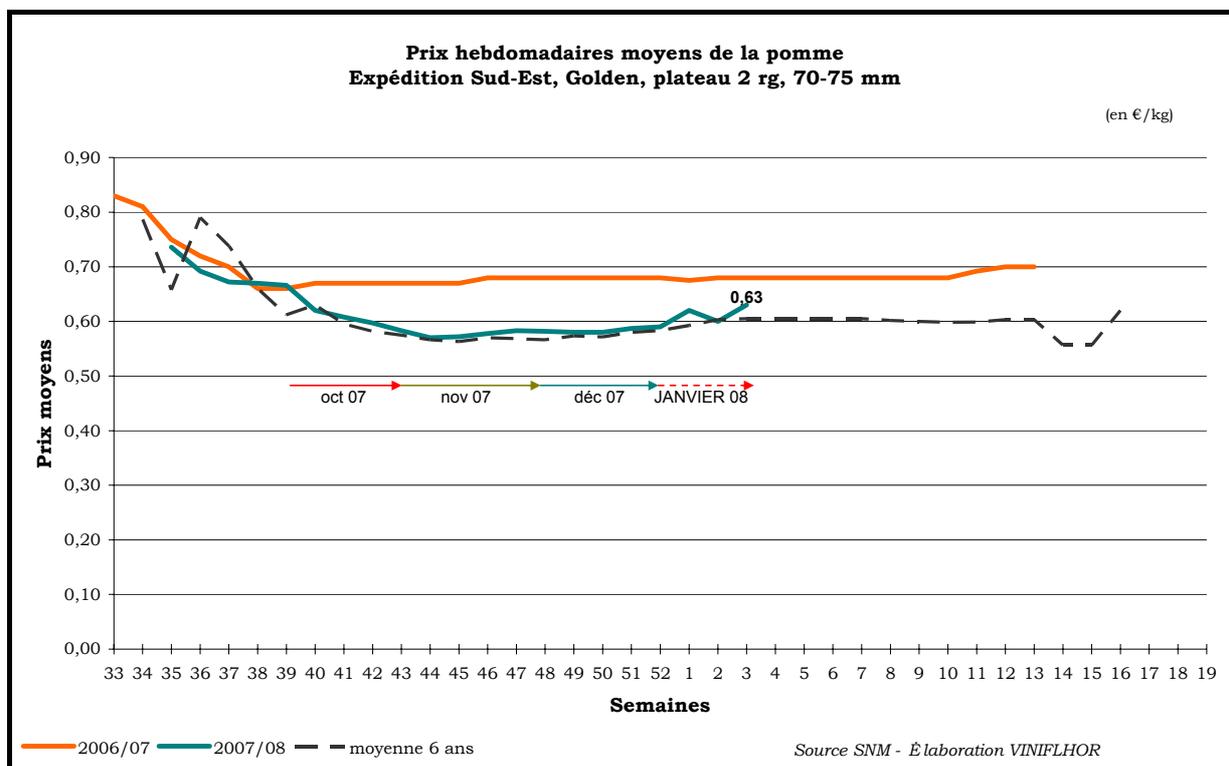
En janvier, le marché se redynamisait au rythme de la réouverture progressive des stations, avec une demande de plus en plus active dans l'hexagone, et un export toujours très satisfaisant.

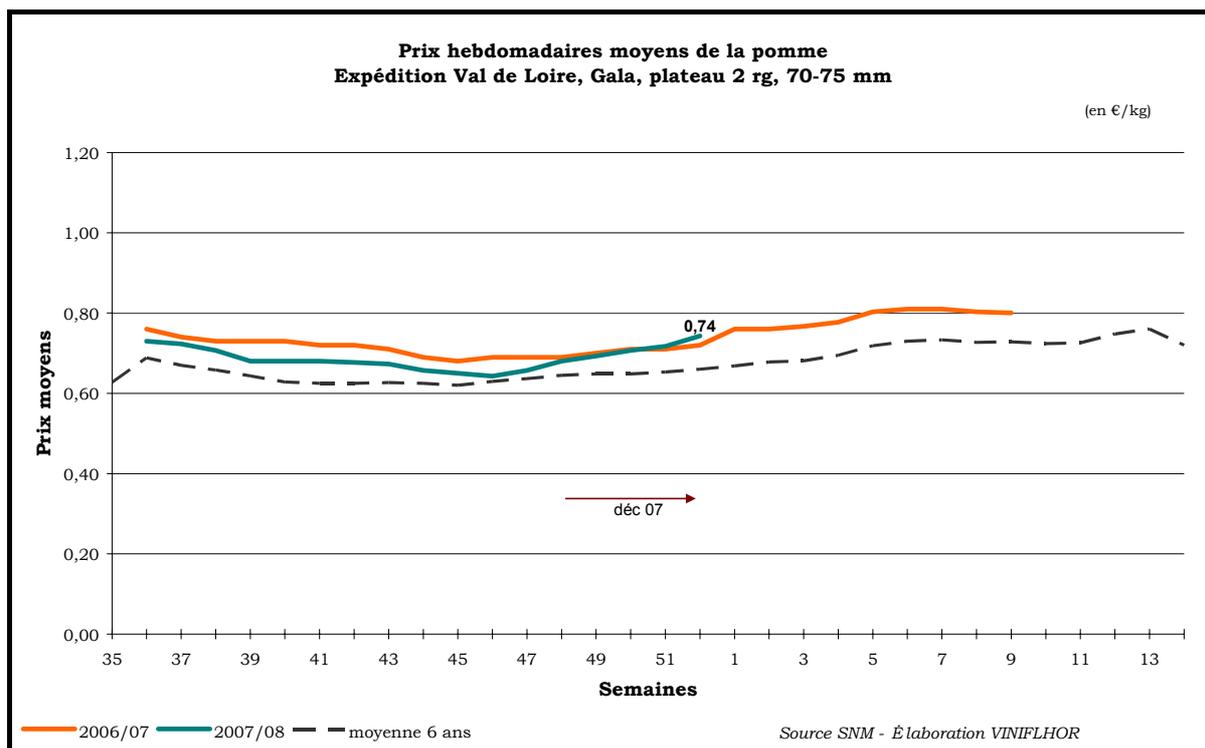
De ce fait, l'écoulement globalement fluide favorisait la remontée des cours.

3. PRIX MOYENS

PRIX DE DETAIL	S52	S1	S2	S3
Pomme Gala cal. > 70 (le kg)				
Prix moyen de la semaine	1,88 €/kg	1,89 €/kg	1,92 €/kg	1,82 €/kg
Taux de présence en GMS	94%	97%	83%	84%
Pomme Golden cal. > 70 (le kg)				
Prix moyen de la semaine	1,86 €/kg	1,89 €/kg	1,82 €/kg	1,76 €/kg
Taux de présence en GMS	99%	98%	87%	84%
Pomme Golden sachet (le kg)				
Prix moyen de la semaine	1,14 €/kg	1,12 €/kg	1,07 €/kg	1,07 €/kg
Taux de présence en GMS	89%	89%	75%	81%
Pomme Granny Smith cal. > 70 (le kg)				
Prix moyen de la semaine	1,93 €/kg	1,94 €/kg	1,94 €/kg	1,95 €/kg
Taux de présence en GMS	94%	97%	85%	87%

Source : SNM





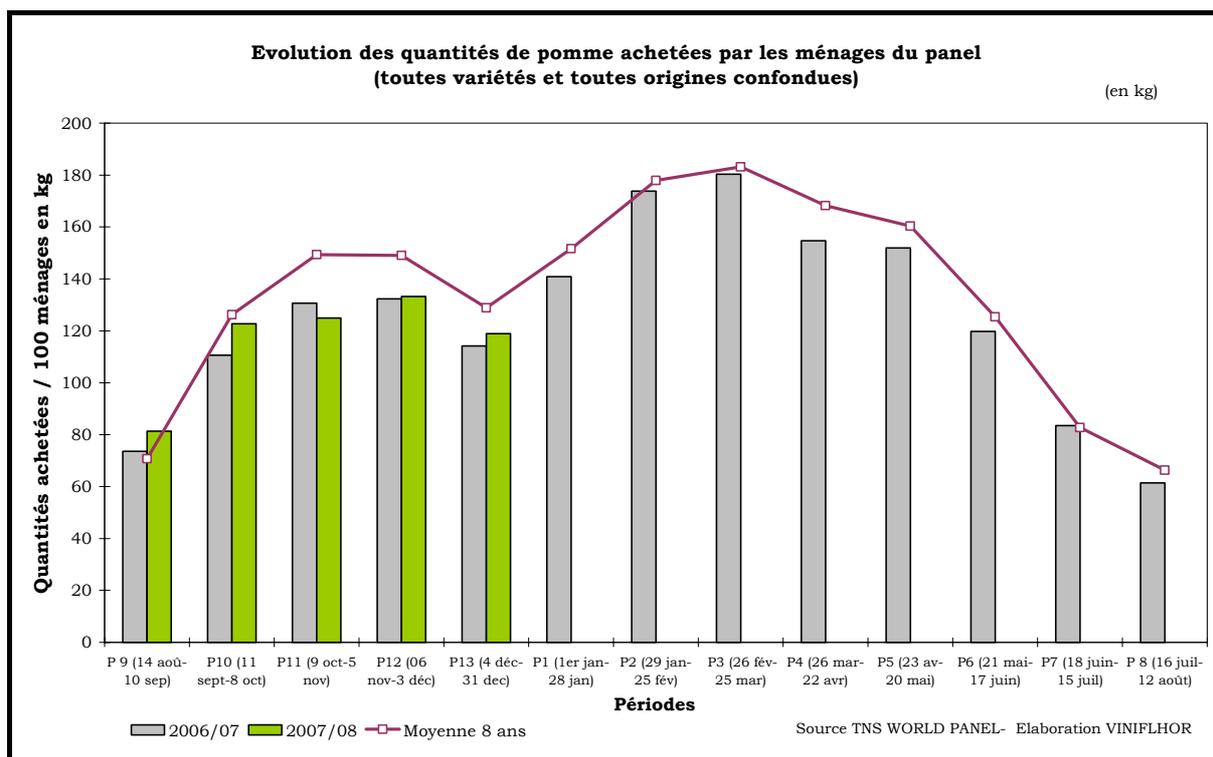
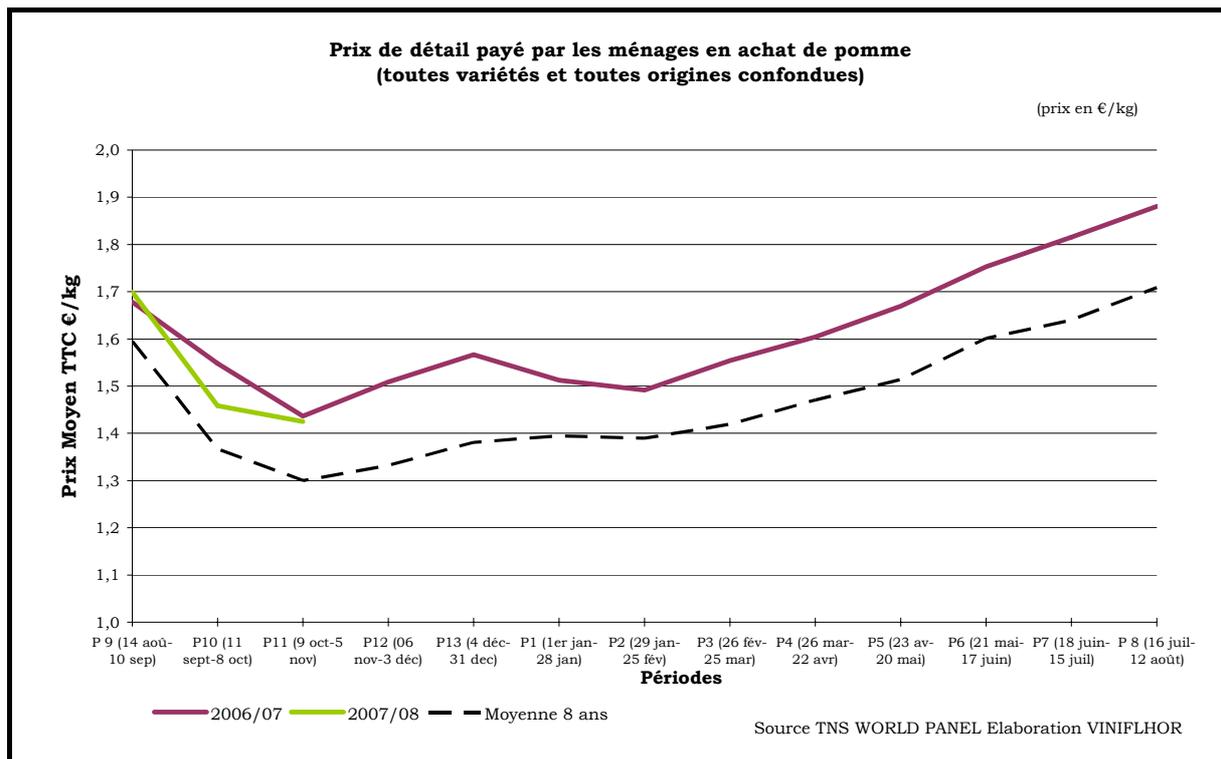
4. CONSOMMATION (Données disponibles : 13 août au 30 déc. 2007)

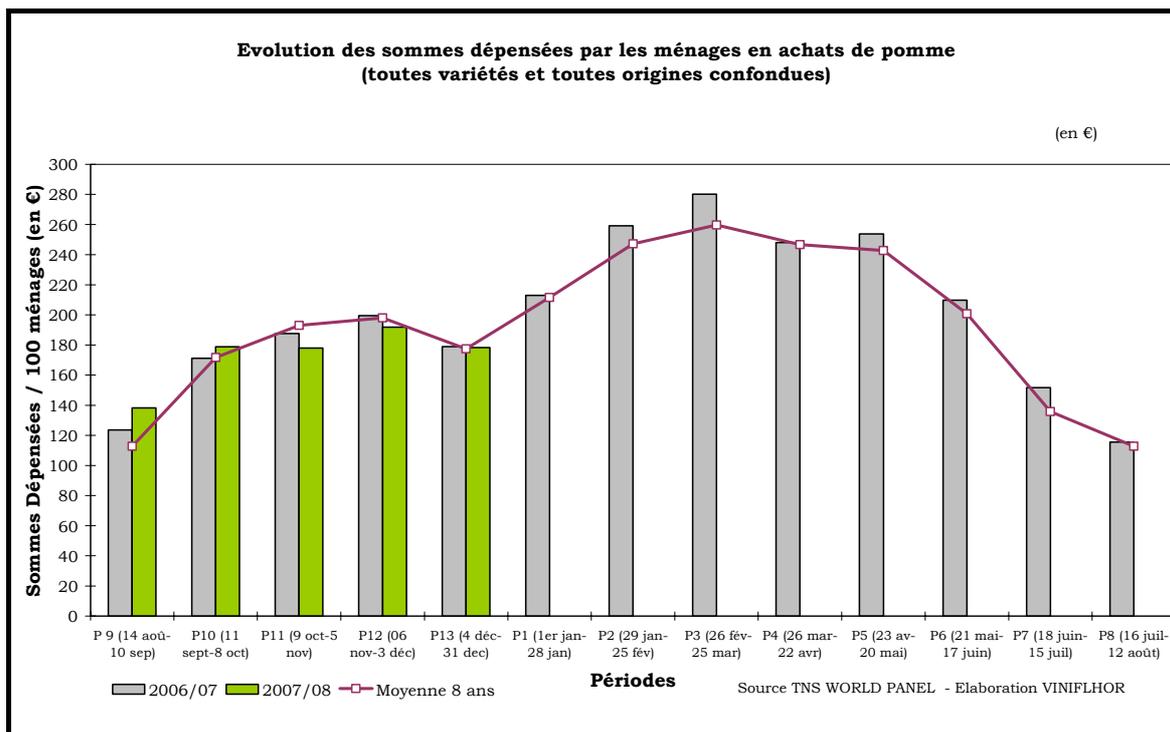
La campagne 2007/2008 : une légère amélioration en volume, mais les acheteurs sont toujours moins nombreux à acheter de la pomme.

D'après les chiffres relevés par le panel TNS, les achats des ménages, pour leur consommation à domicile, semblent un peu mieux orientés que la campagne précédente. Si les quantités cumulées, entre le 13 août et le 30 décembre, sont en augmentation de 3,5 % (rappelons que l'an dernier les achats avaient atteint leur niveau le plus faible) elles restent inférieures de 6,9% par rapport à la moyenne des 8 dernières campagnes.

Les prix qui sont en légère diminution comparés à ceux de la même période l'an dernier sont toujours orientés à la hausse par rapport à ceux de la moyenne 99-06 (entre +6% et 9 %).

Ainsi, le budget alloué à l'achat des pommes par les ménages se stabilise par rapport à la période équivalente de l'an passé (+0,5%) qu'en comparaison à la moyenne des 8 dernières campagnes (+1,4%)





Année de référence 2007/2008	Nombre de foyers acheteurs* de pomme en % (toutes variétés et toutes origines confondues)									moyenne 8 ans
	1999/00	2000/01	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	
9ème Période (du 13 août au 9 sept)	27,3	32,2	31,1	32,9	32,9	30,6	34,3	32,1	35,7	31,6
10ème Période (du 10 sep au 7 oct)	41,5	46,6	46,2	42,8	44,7	41,6	46,5	42,8	42,8	43,9
11ème Période (du 08 oct au 4 nov)	47,4	48,7	45,4	42,1	49,8	45,1	48,1	43,1	42,3	46,4
12ème Période (du 5 nov au 3 déc)	44,7	46,4	47,6	43,8	46,9	43,7	48,5	41,7	42,0	45,5
13ème Période (du 4 déc au 30 déc)	42,6	44,5	43,5	40,4	44,9	42,6	43,9	40,3	40,0	43,1

* nombre de foyers dans le panel TNS WORLD qui ont acheté au moins 1 fois le produit dans la période considérée

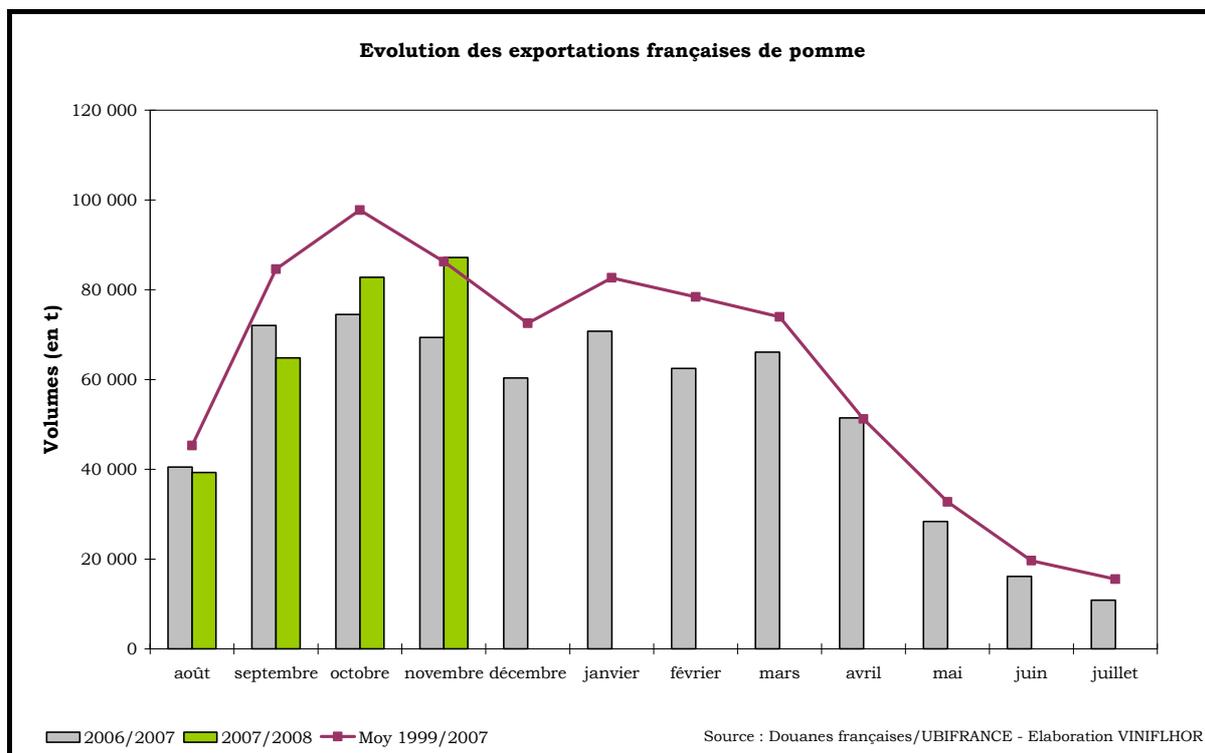
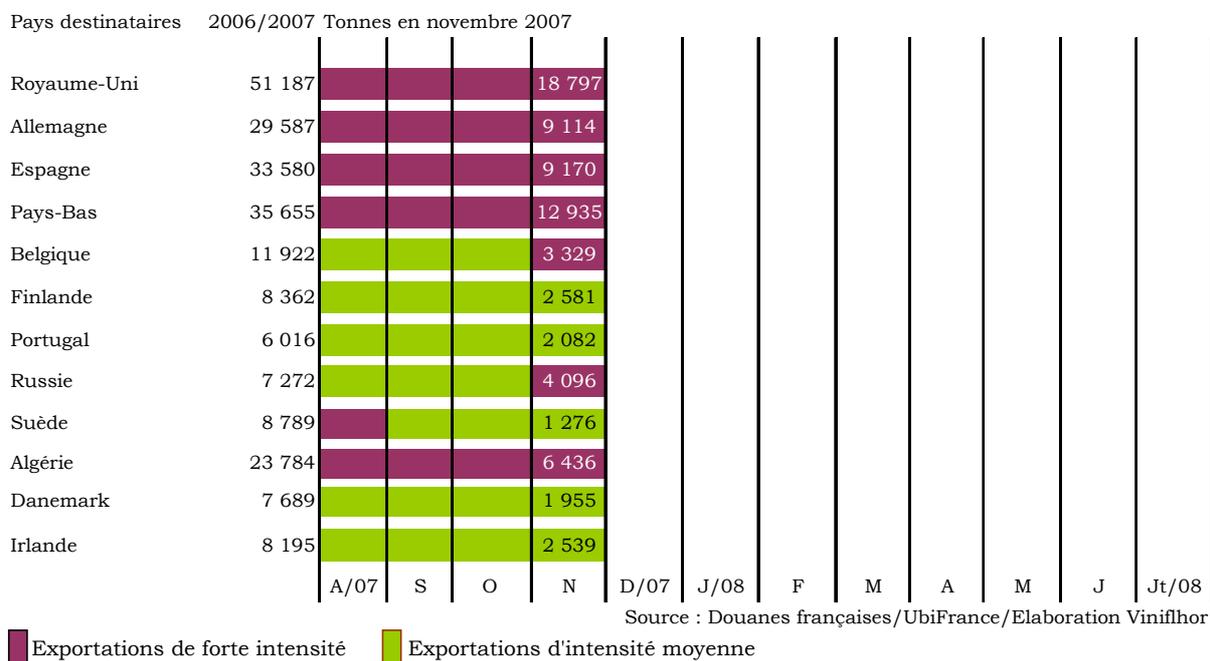
5. ECHANGES EXTERIEURS (Dernières données disponibles : 30 novembre 2007)

Durant ce début de campagne 2007/2008, les exportations de pommes sont en hausse (+6,5 %) par rapport à celles de la campagne précédente, mais affichent une baisse (-13 %) par rapport à la moyenne des 8 dernières campagnes.

Avec 51 190 tonnes de pommes françaises introduites, le Royaume-Uni est notre principal client (18 %) suivi par les Pays-Bas : 35 655 tonnes (13 %).

Exportations en frais

274 279 tonnes cumulées depuis le début de la campagne (d'août 2007 à juillet 2008)

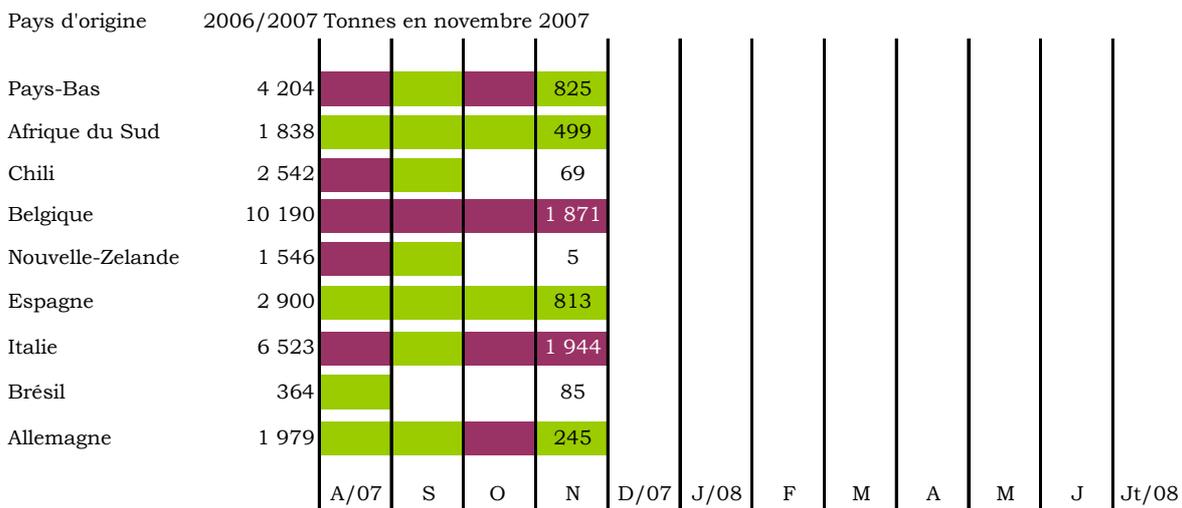


Les importations de pomme sont en baisse durant ce début de campagne par rapport à la campagne précédente (- 4 %), mais en augmentation par rapport à celles de la moyenne des 8 dernières campagnes (+ 5 %).

Nos principaux fournisseurs sont la Belgique (10 190 t) et l'Italie (6 523 t).

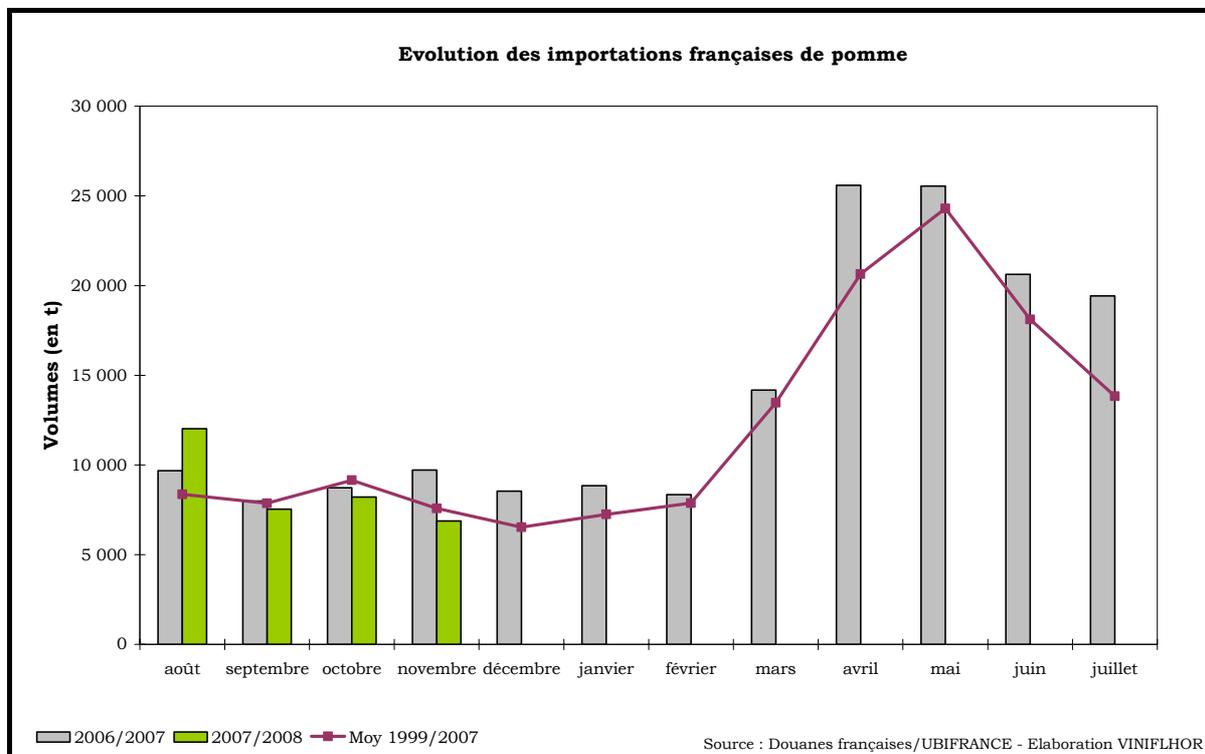
Importations en frais

34 648 tonnes cumulées depuis le début de la campagne (d'août 2007 à juillet 2008)



Source : Douanes françaises/UbiFrance/Elaboration Viniflor

■ Importations de forte intensité ■ Importations d'intensité moyenne



Marchés extérieurs du 1er au 13 janvier 2008 :

En **Belgique**, les pommes importées trouvent bien leur place même si l'offre belge reste forte. Les produits importés sont de bonne qualité et les prix stables. Les variétés classiques se vendent en bushel entre 0,85 et 0,90 €/kg et celles de très bonne qualité se vendent en plateau entre 0,90 et 1,10 €/kg sur le CEFL. Les Pink Lady françaises, de belle qualité, dominent sur le CEFL. Leur prix varie entre 1,40 et 1,60 €/kg. Honey Crunch et Ariane se vendent difficilement. Jazz, à un niveau de prix élevé, bénéficie d'une certaine demande.

Aux **Pays-Bas**, la pomme française profite d'une très bonne activité et d'une demande dynamique. Pourtant, les importateurs néerlandais se plaignent du manque de réactivité des entreprises françaises, qui semblent retenir leur marchandise. Certains importateurs ont du mal à remplir leurs engagements vis-à-vis de leur clientèle. L'offre connaît un déficit particulièrement important en Granny.

La demande en Braeburn concerne actuellement principalement la réexportation. Elle devrait s'activer après la fin des Gala. La demande en rouges, destinées essentiellement à la réexportation, est faible. Compte tenu des prix demandés, il vaut mieux se rabattre sur la Braeburn à coloration très satisfaisante tant en Aquitaine qu'en Val de Loire. La Golden bénéficie d'un petit courant de ventes très régulier. La Pink Lady, difficile à vendre, subit la concurrence de la Crisp lady.

En **Allemagne**, les importations, toujours en retrait par rapport à la campagne 2006/2007, quelque soit l'origine, peinent à décoller. Renforcée par une récolte intérieure élevée, la stratégie globale des grands opérateurs nationaux reste la domination du marché intérieur sur tous ses segments. Les Italiens du Sud-Tyrol, en net retrait, déplorent l'imperméabilité du marché allemand depuis le début de la campagne et la quasi-impossibilité d'y mettre en place des programmes GMS suivis. Les Autrichiens de Styrie font le même constat.

Les importateurs de pommes françaises ont réduit la voilure depuis le début de la saison. L'Allemagne n'a jamais réellement constitué un débouché régulier pour l'offre française, y compris en période de pommes précoces.

Ce défaut d'amorce du marché allemand a constitué le principal handicap pour la mise en place des variétés de conservation. Les circuits, orientés vers la production locale depuis le mois d'août/septembre, bénéficiaient d'une offre variétale diversifiée, de qualité et en conditionnements variés et de gros programmes de mises en avant sans cesse renouvelées.

Les répartiteurs de pommes françaises sous marques (Val de Loire et Sud-Ouest) réussissent, cependant, à remonter le volume des allotements, depuis la mise en marché des Pink Lady et dérivés (dont l'origine France progresse sur l'Italie), avec des rouges américaines (début du mois de décembre, St-Nicolas) ou quelques compléments en Braeburn, voire en Golden litées et ponctuellement en Granny litées double-rang. Au final, moins d'un point de revalorisation pour l'origine France, en légère reprise par rapport au mois dernier grâce à la Pink Lady et ses dérivés, ainsi qu'à la Braeburn. Les réassorts, peu fréquents, subissent, de plus, les difficultés logistiques liées aux faibles volumes et au dégroupage.

Au 1^{er} décembre 2007, les stocks des OP allemandes atteignaient 342 200 tonnes (+ 5 % par rapport à 2006). Le rythme des sorties s'adapte au niveau des stocks et les perspectives d'exportation vers la Russie sont bonnes pour début 2008. 67 400 t ont été dégagées en novembre (contre 53 500 t en novembre 2006) pour un retour à des niveaux de stocks normaux dès la fin du mois de janvier.

Du fait de l'augmentation des surfaces en production de Braeburn et Gala, leurs stocks s'affichent en hausse de 35 % et 26 % respectivement. On note également une forte progression des volumes stockés en Red-Prince, Fuji, Pinova, Caméo et Topaz. Ceux de Jonagold et mutants dépassent de 6 % ceux de 2006. D'autres se situent à des niveaux inférieurs : Idared (- 27 %), Gloster (- 18 %), Boskoop (- 27 %).

Un optimisme mesuré prévaut chez les responsables commerciaux du bassin Nord qui comptent sur une nette reprise des exportations vers la Russie et les Peco en début d'année 2008, ainsi que sur une reprise des réassorts des GMS allemandes. Les cotations se situent à 5 % au dessus de celles de l'an dernier. Elstar reste la principale variété commercialisée dans ce bassin (1 100 à 1 200 t/semaine avec quelques difficultés à satisfaire la demande en marchandise litée). Gloster trouve son débouché essentiellement à l'export vers la Russie et les Peco avec un raffermissement de la demande en très gros calibres, privilégiés par ces destinations.

Au **Royaume-Uni**, dans les enseignes britanniques, la campagne pommes 2007/2008 est clairement marquée par des niveaux de stocks plus élevés de produits en provenance de l'hémisphère Sud. En 2006, à la même époque les rayons des succursalistes ne comptabilisaient que quatre variétés approvisionnées en partie par le Sud : Cripps Pink, Fuji, Jazz et Pink Lady. Cette année, nous retrouvons des pommes du Sud sur pas moins de six variétés, soit les quatre citées ci-dessus, auxquelles viennent s'ajouter la Braeburn et la Granny.

Sur l'ensemble des marchés de gros nationaux, 90 % des approvisionnements en Fuji seraient chinois, le reste étant complété par la France. En distribution moderne la Fuji est référencée exclusivement par Tesco, Sainsbury's et Morrison. La part de l'hémisphère Sud est doublée par rapport à l'an dernier (avec 20 % de parts de marché pour l'Afrique du Sud en semaine 50 contre 10 % en semaine 50 2006). La Chine et l'Allemagne se partagent le reste des approvisionnements (40 % chacune).

La Pink Lady provient en grande majorité de France sur les principaux marchés de gros britanniques en décembre. Néanmoins, le marché de New Covent Garden n'est approvisionné qu'en Pink Lady italiennes, de belle qualité et à 1,07 €/kg ; parmi les lots rencontrés, cette variété bénéficie d'ailleurs du cours le plus rémunérateur sur le marché en décembre.

En **Italie**, les grèves n'ont pas empêché les expéditions à l'export. Hormis quelques sorties et entrées d'autoroute bloquées, les camions ont pu accéder aux autoroutes allant vers l'Allemagne et l'Autriche et vers les pays de l'Est via l'Autriche. En revanche, les livraisons sur les marchés de gros ont connu de grosses difficultés.

Sur le marché intérieur, les ventes sembleraient plus importantes que l'an dernier sur la première partie de campagne. Mais ce réveil profite surtout à la pomme de montagne (Marlene, Melinda, Val Venosta) dont la qualité est très bonne (ouverture des chambres en Atmosphère Contrôlée depuis longtemps). En revanche, pour les pommes de plaine (Vénétie, Emilie Romagne, etc.), la demande reste faible. En Gala, il reste de gros stocks sur le Trentin Haut Adige ce qui provoque quelques inquiétudes pour la deuxième partie de campagne qui s'annonce déjà difficile. Enfin, sur les marchés de gros, on trouve des pommes du Trentin (partie Sud) qualité grêlée, vendue en caisse à 0,35-0,40 €/kg.

A l'export, retour à la situation d'avant la grève (semaine 49), à savoir de bons écoulements, en particulier vers les pays de l'Est (Roumanie, Bulgarie, Hongrie, etc.), ainsi que vers la Russie pour certains opérateurs. Vers l'Allemagne, la situation est régulière et stationnaire en Golden. Le Trentin Haut Adige gagne progressivement quelques points (la baisse de l'offre locale se fait sentir) mais on ne parle pas encore de décollage de la demande.

Veille réalisée par le service végétaux d'Ubifrance.

Pomme de terre de conservation

(Campagne française de commercialisation : août 07–
mai 08)

1. PRODUCTION

Evolution surfaces (en ha)	France	Evolution volumes (en t)	France
2006/07	103 812	2006/07	4 373 746
2005/06	101 163	2005/06	4 496 299
Variation	3%	Variation	-3%
moyenne 5 ans	102 516	moyenne 5 ans	4 497 918
2006/07 / moy. 5 camp.	1%	2006/07 / moy. 5 camp.	-3%

Données août 2007 *Source : SCEES/SAA*

2. COMMERCIALISATION (Période du 01/12/07 au 18/01/08)

Pendant les mois de décembre et janvier, l'activité était relativement calme sur le marché de la pomme de terre.

L'offre était suivie, face à une demande intérieure plutôt passive, les transactions à l'export étaient régulières à destination du bassin méditerranéen, et les industries s'approvisionnaient essentiellement sur les lots contractualisés.

Pourtant, une certaine tension régnait sur ce marché.

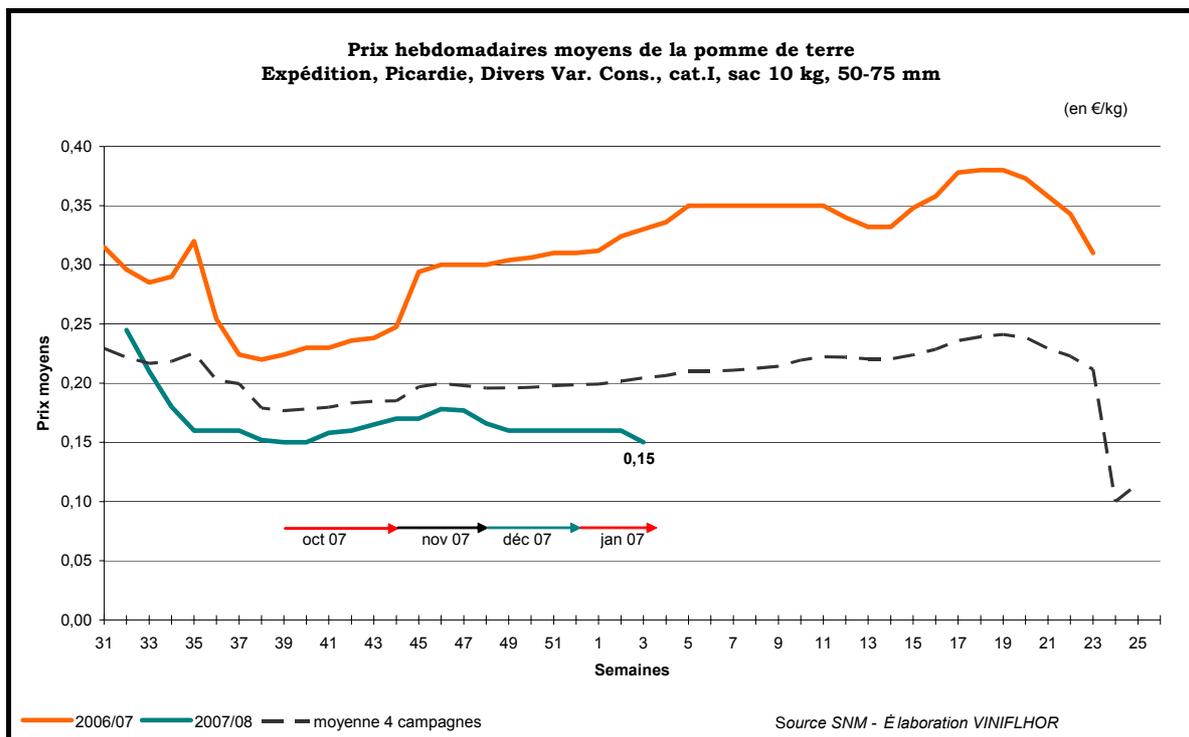
En effet, compte tenu de la qualité très hétérogène des produits « non lavés », une forte pression était exercée sur les prix au stade de la mise en marché.

Dans ce contexte, les producteurs, optimistes et soucieux de valoriser leurs produits, préféraient les stocker ou les écouler sans empressement, misant sur un développement des ventes vers les Pays-Bas dans les semaines à venir. Pendant ce temps, la demande qui montrait quelques signes d'inquiétude, tentait de tirer au maximum les prix vers le bas.

Les cours, qui affichaient une certaine stabilité, se situaient très en dessous des niveaux « records » de l'année précédente.

3. PRIX MOYENS

PRIX DE DETAIL	S52	S1	S2	S3
Pomme de terre basique sac 5 ou 10 kg				
Prix moyen de la semaine	0,56 €/kg	0,50 €/kg	0,53 €/kg	0,54 €/kg
Taux de présence en GMS	82%	85%	70%	72%
Pomme de terre Charlotte sac 2,5 kg				
Prix moyen de la semaine	1,00 €/kg	0,98 €/kg	0,93 €/kg	0,95 €/kg
Taux de présence en GMS	72%	80%	88%	95%
Pomme de terre Franceline sac 2,5 kg				
Prix moyen de la semaine	1,00 €/kg	0,94 €/kg	0,95 €/kg	0,96 €/kg
Taux de présence en GMS	88%	89%	90%	91%



4. CONSOMMATION (Données disponibles du 17 juillet au 30 déc. 2007)

Davantage d'acheteurs sur cette campagne

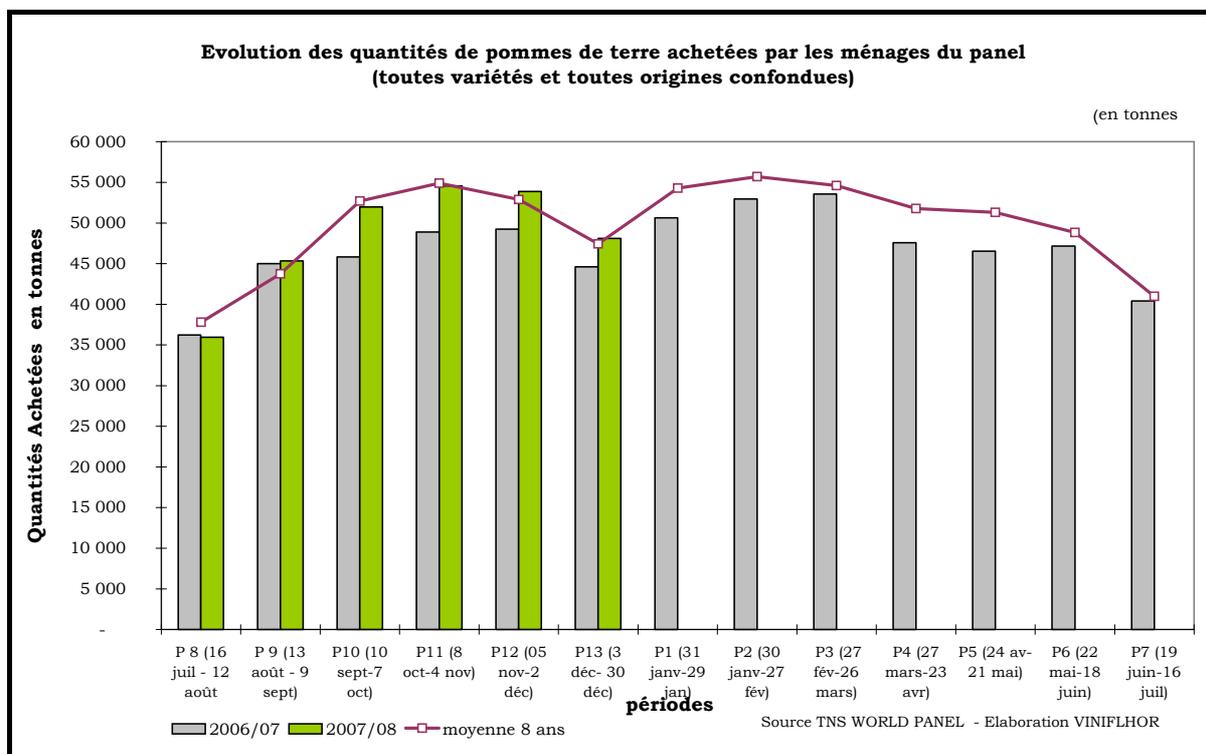
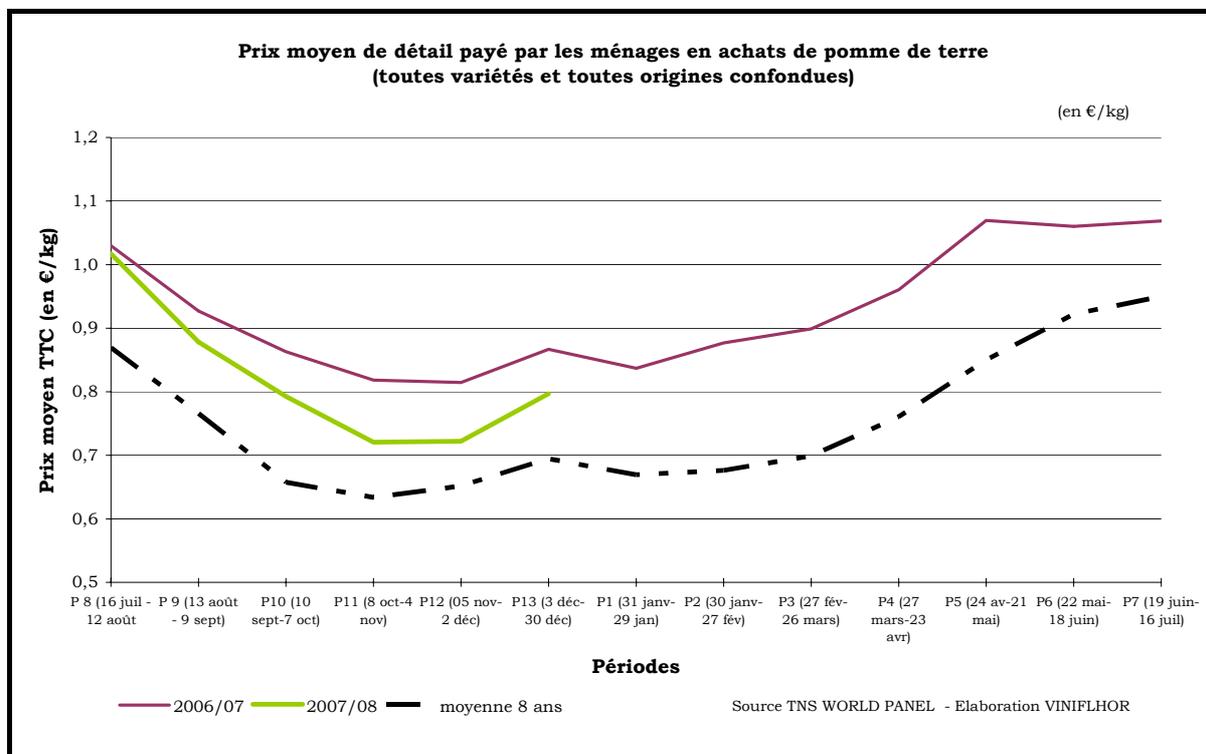
Après plusieurs années de baisse, les achats des ménages pour leur consommation à domicile ont repris des couleurs : la situation amorce une nette amélioration à partir de septembre avec des acheteurs davantage présents.

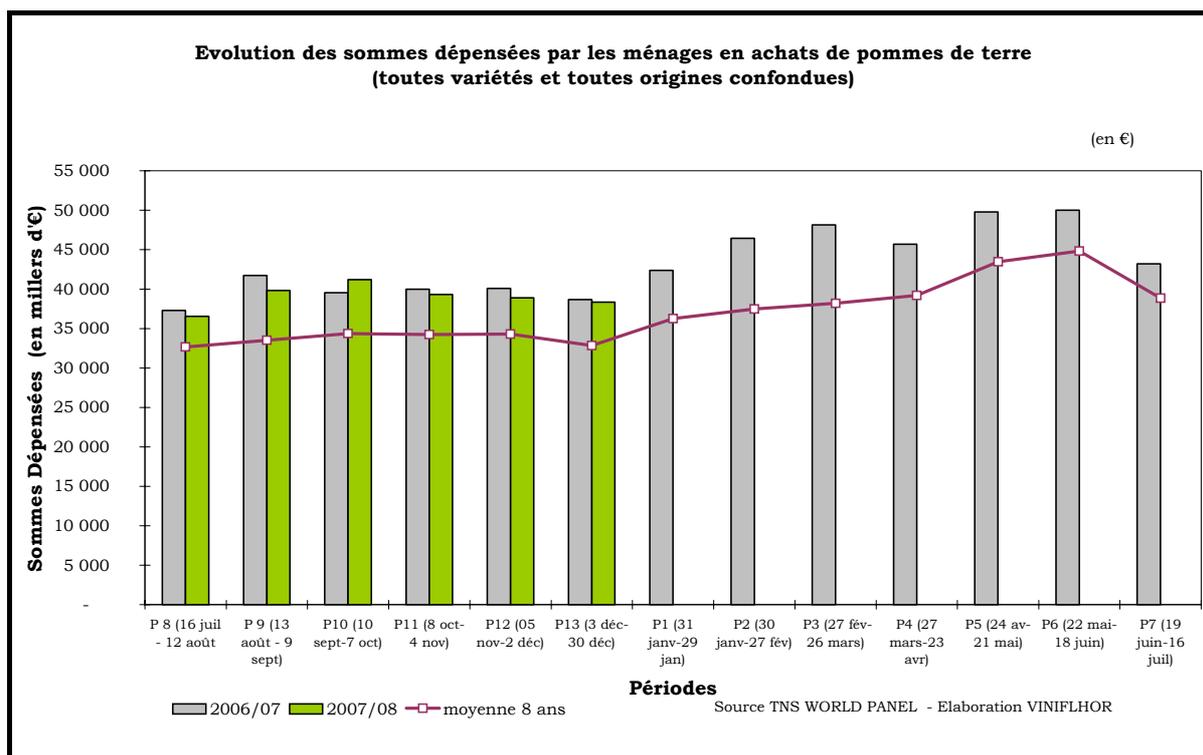
La campagne **2007-2008** annonce une nette augmentation des quantités achetées par les ménages : hausse que l'on observe surtout à partir de mi-septembre et qui correspond à un recul des prix.

En cumul sur les 6 premières périodes de la campagne, les achats des ménages ont progressé de 7,4% comparés à ceux de l'an passé et se stabilisent (+0,1%) par rapport à ceux de la moyenne des 8 dernières campagnes.

Toutefois, les prix, même en baisse comparés à ceux de 2006, restent largement au dessus des niveaux moyens des années antérieures.

Dans ce contexte, la hausse des volumes n'a pas compensé la diminution des prix car les dépenses consacrées par les ménages à l'achat de pommes de terre ont enregistré une sensible diminution : -1,3 % par rapport à la même période de l'an passé mais ont progressé de 15,9% sur la moyenne des 8 dernières campagnes.





référence année 2007	Nombre de foyers acheteurs* de pommes de terre en % (toutes variétés et origines confondues)									
	1999/00	2000/01	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	2005/06	2006/07	2007/08	moyenne 8 ans
P8 (16 juil-12 août)	38,8	39,9	39,0	36,7	32,8	36,5	33,7	35,4	35,8	36,6
P9 (13 août-09 sept)	36,0	37,9	39,1	38,4	36,2	38,0	38,6	41,1	38,3	38,2
P10 (10 sept - 7 oct)	39,2	40,5	41,7	38,9	37,0	40,5	40,5	38,3	40,4	39,6
P11 (8 oct-4 nov)	42,0	42,1	41,2	39,0	41,3	39,3	40,5	40,1	41,3	40,7
P12 (5 nov-3 déc)	40,8	41,4	42,4	38,7	41,6	39,8	41,2	40,4	42,4	40,8
P13 (3 déc-30 Déc)	39,3	38,6	41,8	37,2	38,5	38,7	37,7	38,8	39,4	38,8

* nombre de foyers dans le panel TNS WORLD qui ont acheté au moins 1 fois le produit dans la période considérée

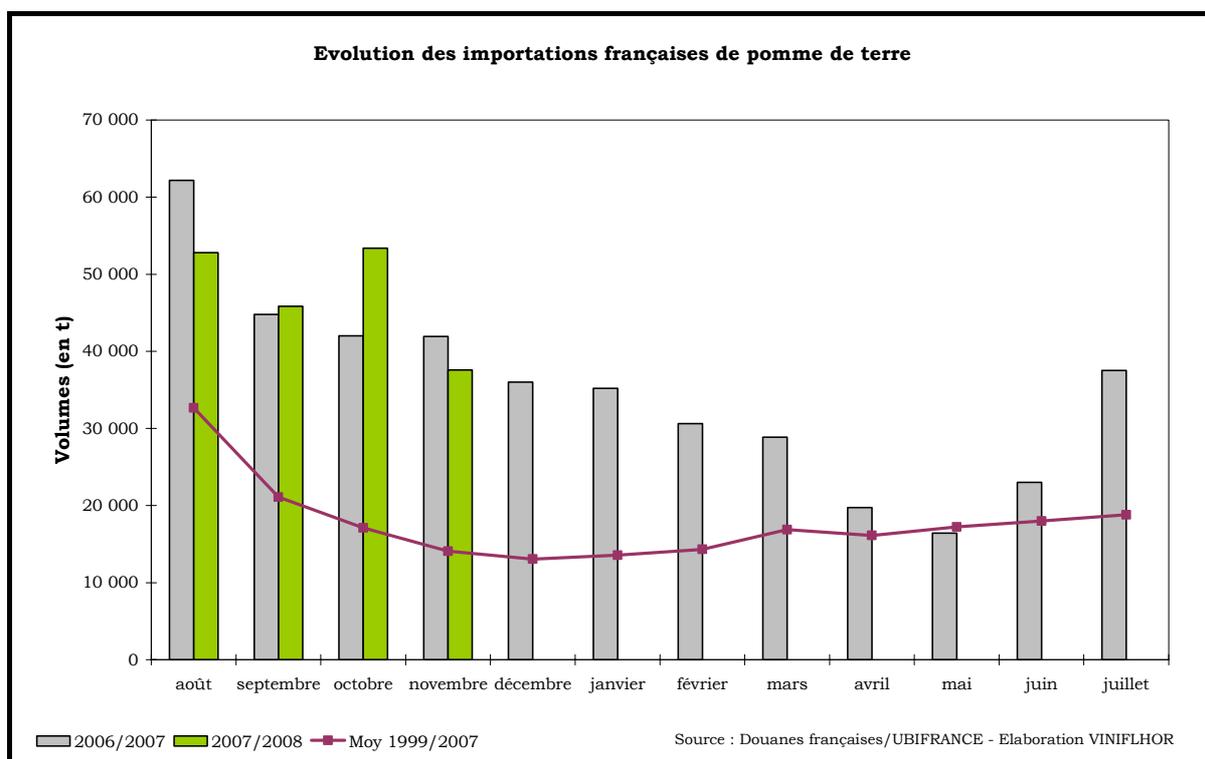
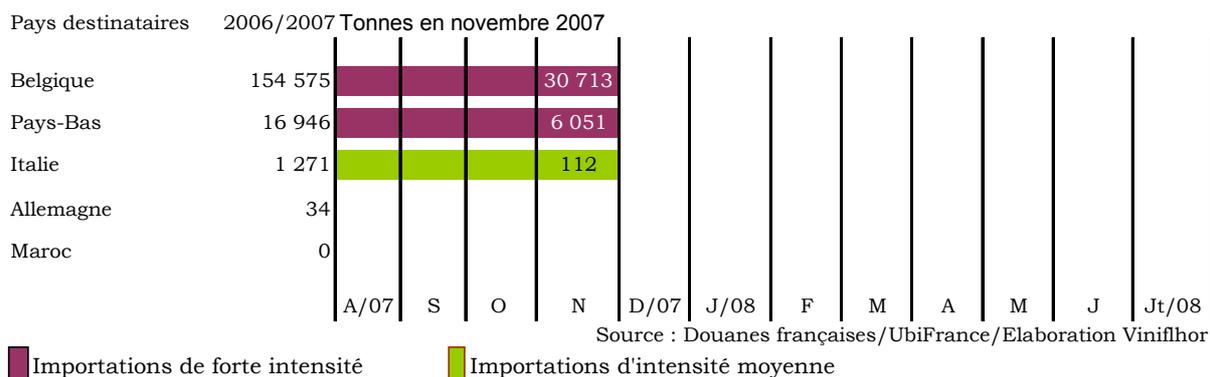
5. ECHANGES EXTERIEURS (Dernières données disponibles : 30 novembre 2007)

Durant ce début de campagne 2007/2008, les exportations de pommes de terre affichent une baisse par rapport à celles de la campagne précédente (- 3 %), mais une forte hausse (+ 60 %) par rapport à celles de la moyenne des 8 dernières campagnes.

L'Espagne constitue la destination privilégiée de la production française de pomme de terre et représente près de 29% de nos exportations.

Importations en frais

189 590 tonnes cumulées depuis le début de la campagne (d'août 2007 à juillet 2008)



Marchés extérieurs du 1er au 13 janvier 2008 :

En **Allemagne**, le marché s'est activé tardivement à l'approche des fêtes de fin d'année, mais depuis le début janvier, le contexte est redevenu lourd, avec des qualités qui ne sont pas à la hauteur des exigences des consommateurs : qualité optique décevante dans les pré-emballages, manque de tenue, excès de très gros calibres, hétérogénéité des calibres dans les filets. Les premières sorties de frigo de longue durée n'ont pas pu être valorisées et ce d'autant que les discounters, qui représentent 45 % des ventes de pommes de terre fraîches (60 % pour les pommes de terre biologiques), préfèrent mener une politique de prix stabilisés, plutôt que de faire un effort de segmentation qualitative.

En fin d'année, le courant d'exportation vers l'Italie et les Balkans s'est essouffé, mais des flux se maintiennent vers la République tchèque, la Slovaquie, la Roumanie et la Hongrie.

Les importations en provenance de France sont en retrait par rapport à l'an dernier, car les défauts de qualité touchent également le produit français. Celui-ci garde néanmoins un avantage qualitatif sur l'offre allemande, grâce notamment à une régularité dans le pré-tri et le calibrage. Un repositionnement des importateurs allemands sur des qualités intermédiaires plus compétitives et potentiellement concurrentes de la production de la Basse-Saxe devrait assurer à la France un débouché quantitatif croissant en janvier et février.

Aux Pays-Bas, le marché de la pomme de terre est traditionnellement calme en fin d'année avec des prix stables. Les transactions ont repris début janvier et l'on a pu observer un léger raffermissement des prix au cours des deux premières semaines.

Après un bon début de campagne, les exportations néerlandaises se sont ralenties en novembre et décembre. Elles ont totalisé 228 000 tonnes à fin décembre (c'est-à-dire à peu près le niveau de 2006). En début de campagne, les exportations avaient été stimulées par la demande en provenance d'Afrique. Néanmoins, l'essentiel des volumes reste expédié vers les pays d'Europe (178 000 tonnes environ), même si les problèmes de qualité freinent de plus en plus ces exportations, notamment vers l'Allemagne. De fait, les exportations néerlandaises de pommes de terre de consommation ont reculé de 25% en 6 ans, essentiellement pour des raisons de qualité visuelle. L'infestation de plus en plus généralisée des sols néerlandais, favorisée par une production intensive sans rotation suffisante des cultures, ne permet pas de produire aux Pays-Bas les tubercules à peau fine et sans défaut que réclament les consommateurs. Certains marchés font, en outre, plus attention à la qualité gustative de la pomme de terre.

En Belgique, les prix sont stables sur le CEFL au début janvier : en origine France, on trouvait de l'Agata à 0,50 €/kg (en cartons de 12,5 kg) et des grenailles en variétés à chair ferme à 0,80 €/kg. Par ailleurs, les premières pommes de terre nouvelles de Chypre étaient cotées à 0,70 €/kg et les toutes premières pommes de terre marocaines à 0,75 €/kg (*cours du 10/01*).

Au Royaume-Uni, le marché est relativement calme après la période des fêtes, qui a été globalement favorable aux opérateurs du marché de gros de Covent Garden. Au cours de la première semaine de janvier, les grossistes écoulaient encore les stocks de pommes de terre d'avant Noël, mais ces derniers étaient épuisés en semaine 2. L'offre était suffisante pour répondre à une demande lente, mais sélective. Les prix sont en général restés stables, bien que certains opérateurs aient essayé sans succès de faire monter les cours pour les lots de meilleure qualité.

Dans les enseignes de la grande distribution, l'offre britannique est prédominante, alors que la marchandise importée concerne uniquement les primeurs (grenailles) et les spécialités (pommes de terre à salade). Dans le premier cas, l'offre étrangère couvre 30 % des linéaires : 20 % de pommes de terre d'Israël, 7 % de France (références de grenailles chez Morrisons et de Charlotte chez Tesco). En spécialités, la France constitue 30 % de l'offre dans les magasins, avec des pommes de terre chez Tesco, Lidl et Budgens.

En Espagne, l'ambiance de fin d'année a été assez morose et la période des fêtes a surtout favorisé le commerce de produits festifs (fruits exotiques, champignons, salades, asperges en provenance du Pérou). En pommes de terre, les ventes sont relativement régulières, mais la tendance de la demande était plutôt à la baisse. Les achats de France suivent leur cours, mais il reste encore de la production espagnole à écouler. Les prix sont bas (0,20 € à

0,40 €/kg sur les Mercas espagnols, selon les qualités et les calibres) et l'on attendait le retour de températures plus froides pour redynamiser l'activité.

En Italie, l'ambiance a été généralement très calme sur les marchés de gros de fruits et légumes depuis le début janvier et le secteur de la pomme de terre ne fait pas exception : la consommation est lente et les prix sont stables. Les stocks se vident lentement et devraient pouvoir approvisionner le marché jusqu'à la fin mars.

Compte tenu de la mauvaise conjoncture actuelle de la consommation, les flux d'importation ont tendance à ralentir et il n'a pas été possible d'augmenter les prix. Les premiers tubercules d'Israël sont attendus à la mi-février.

Perspectives du Marché

Comme on pouvait s'y attendre, le contexte des marchés européens est lourd en ce début d'année et les opérateurs n'espèrent pas une reprise de l'activité dans les semaines à venir. La demande pourrait toutefois reprendre des couleurs, si les températures redevenaient plus hivernales.

Veille réalisée par le service végétaux d'Ubifrance.