

# Note de conjoncture

> L'analyse économique de FranceAgriMer



● 2 février 2016

## La situation des fruits et légumes d'hiver en 2016

Malgré le retour traditionnel de la consommation après la période festive et le bref rafraîchissement des températures, les marchés de certains fruits et légumes d'hiver restent mal orientés. En légumes, les situations de la **salade**, de l'**endive** et du **chou-fleur** sont les plus impactées. Les marchés de la **carotte**, de l'**oignon** et du **poireau** sont mieux équilibrés. En fruits, les marchés du **kiwi**, de la **noix** et de la **pomme** sont calmes, celui de la **poire** est plus favorable.

Le marché de l'**endive** est assez perturbé : l'offre est abondante face à une demande peu intéressée. Les stocks sont importants, malgré les dons aux associations, et la qualité des produits est hétérogène. Ainsi, les prix régressent depuis le début de l'année.

Après plus d'un mois et demi de crise conjoncturelle, l'activité commerciale en **chou-fleur** connaît une embellie début janvier, grâce notamment au ralentissement de la production et à l'arrivée du froid. L'ambiance se dégrade à nouveau en fin de mois alors que les volumes disponibles redeviennent importants, la température augmente, la qualité du produit est moindre et les produits espagnols et italiens sont très présents. Le marché est saturé et le chou-fleur entre en situation de prix anormalement bas le 26 janvier.

Les ventes d'**oignon** sont correctes sur le marché intérieur, les opérations de promotion ayant favorisé l'écoulement en janvier. La demande est également présente à l'export et les cours sont au-dessus du niveau de la moyenne quinquennale.

Le marché du **poireau** est en retrait. L'offre est plus importante que la demande et les cours sont en recul. Néanmoins, ils restent supérieurs à la moyenne 5 ans.

Malgré la fin de la situation de crise conjoncturelle, le marché de la **salade** est toujours difficile. La pression de

l'offre diminue mais reste supérieure à la demande. A l'export, la concurrence des produits italiens et espagnols est forte. Les cours sont en deçà des coûts de revient et des destructions perdurent.

Le marché de la **carotte** est dynamique : la demande est bonne, stimulée par les opérations promotionnelles, et l'offre est limitée en raison de difficultés d'arrachage courant janvier. En conséquence, les cours, globalement dans la moyenne quinquennale depuis le début de la campagne, sont en hausse en début d'année.

Le commerce du **kiwi** est peu actif depuis le début de la campagne. L'offre est importante, surtout en petits calibres, et la concurrence européenne forte, alors que la demande est en retrait. Les actions de mises en avant organisées en janvier redynamisent légèrement le marché, mais les cours, bien en-dessous de la moyenne quinquennale, restent peu porteurs.

Peu de changement pour le marché de la **noix** qui reste calme, malgré la baisse des températures de ce début d'année. La demande est peu active sur le marché intérieur, comme à l'export. Depuis le début de la campagne les cours sont dans la moyenne des 5 dernières campagnes.

Le marché de la **pomme** reste sur des niveaux de prix inférieurs à la moyenne quinquennale mais un léger regain d'activité permet un maintien des cours en janvier. La demande est plus présente sur le marché intérieur et la concurrence des autres fruits de saison s'atténue après les fêtes. Le grand export reste un débouché porteur, en particulier pour les variétés club et la Gala. Le disponible se réduit pour l'ensemble des variétés, à l'exception de la Golden dont l'écoulement est plus difficile.

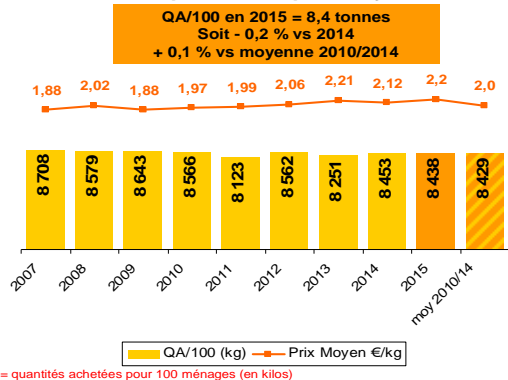
La fin de saison **poire** d'automne se profile. Les ventes sont régulières dans l'ensemble des variétés. Les cours se situent au-dessus du niveau de la moyenne quinquennale. La commercialisation va progressivement basculer vers les produits d'importation.

## Consommation (Source Kantar Worldpanel)

### Fruits

D'après les premiers résultats du panel Kantar pour l'année 2015, les achats de fruits frais des ménages français pour la consommation à domicile sont stables par rapport à 2014 (-0,2 %) et à la moyenne quinquennale (+0,1 %), à 8,4 tonnes pour 100 ménages.

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



(source panel de consommateurs Kantar – élaboration FranceAgriMer)

La catégorie des agrumes est la principale contributrice à cet équilibre, grâce à la croissance de ses achats (3 % vs 2014 et de 3 % vs 2010/14), contrairement aux fruits exotiques (22 % de PDM volume) et « métropolitains » (48 % de PDM) dont les quantités achetées reculent respectivement de 2,1 % et de 1,1 % vs 2014 et de 3,1 % et de 2 % vs 2010/14.

Tous fruits confondus, le prix moyen d'achat (2,25 €/kilo) progresse de 5,9 % vs 2014 et de 11,2 % vs 2010/14.

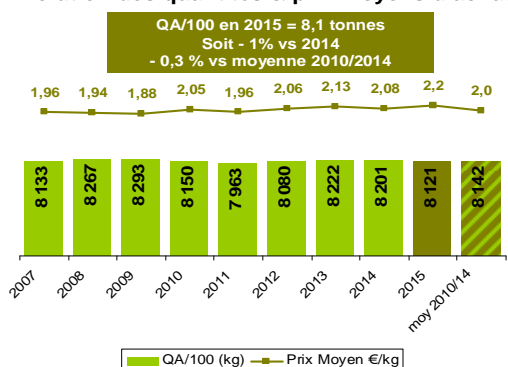
S'agissant des ménages acheteurs, ils sont toujours aussi nombreux (99,1 %), avec un niveau moyen d'achat identique d'environ 37 kilos par individu, une fréquence d'achat de 44,8 actes annuels (-0,4 % vs 2014 et + 1,5 % vs 2010/14), et un panier moyen de 1,9 kilo (+0,2 % vs 2014 et -1,4 % vs 2010/14).

TOP achat fruits 2015 : pomme, banane, orange, clémentine, pêche-nectarine, poire.

### Légumes

En 2015 les achats de légumes pour la consommation à domicile ont représenté 8,1 tonnes pour 100 ménages.

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



(source panel de consommateurs Kantar – élaboration FranceAgriMer)

Ces achats en recul de 1 % vs 2014 et de 0,3 % vs 2010/14 reflètent une diminution des quantités achetées à l'acte (-1% vs 2014 et -3% vs 2010/14), dans un contexte d'augmentation de la fréquence d'achat (47,3 actes annuels soit +2,6 % vs 2010/14 et stable vs 2014).

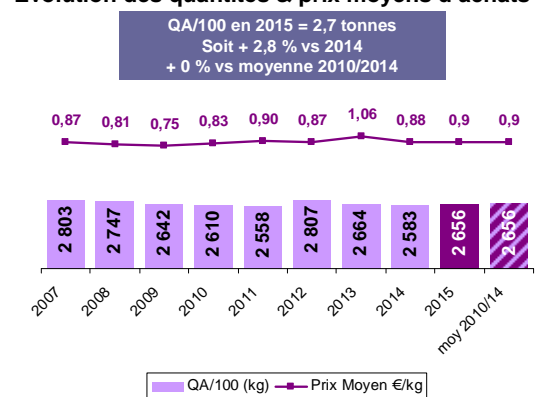
Le prix moyen d'achat des légumes s'établit quant à lui à 2,19 €, soit + 5,5 % vs 2014 et + 8,9 % vs 2010/14.

TOP achat légumes 2015 : tomate, carotte, melon, salade, endive, courgette, oignon.

### Pommes de terre

Les achats de pommes de terre fraîches pour la consommation à domicile ont représenté 2,7 tonnes pour 100 ménages, soit un volume en hausse de 2,8 % par rapport à 2014 et stable par rapport à la moyenne cinq ans.

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



(source panel de consommateurs Kantar – élaboration FranceAgriMer)

Avec un taux de pénétration de 90,6 %, la pomme de terre a recruté de nouveaux acheteurs en 2015 (+1,1 % vs 2014 et +1,4 % vs 2010/14), et vu progresser sa fréquence d'achats à 10,8 actes annuels (+ 2,7 % vs 2014 et +1,6 % vs 2010/14).

En revanche, à 2,7 kilos, le panier moyen a diminué de 1 % vs 2014 et de 2,9 % vs 2010/14.

Le prix moyen d'achat s'établit pour sa part à 0,89 €/kilo (+0,6 % vs 2014 et +0,5 % vs 2010/14).

## Commerce extérieur

Sur la période de janvier à novembre 2015, le commerce extérieur de la France en fruits frais, légumes frais et pommes de terre s'est considérablement dégradé par rapport aux années précédentes. Le déficit de la balance commerciale observé pour les échanges de la France en fruits frais atteint 2,325 milliards d'euros (+28 % de déficit vs janvier-novembre 2014). Dans le cas de la pomme de terre, la situation au cours des 11 premiers mois de 2015 n'a pas non plus été favorable. La balance commerciale reste certes positive (+275 millions d'euros) mais son excédent s'est réduit par rapport aux années antérieures.

Cette situation s'explique par la sous-valorisation des exportations en raison de la chute du prix moyen de la pomme de terre sur le marché européen due à la hausse de production à l'automne 2014.



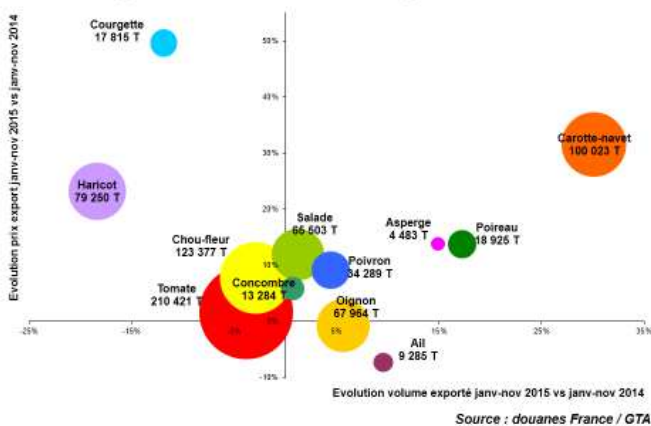
	janv-nov 2013	janv-nov 2014	janv-nov 2015	Evolution 2015 vs moy 5 ans
<b>Solde en valeur (en milliards d'euros)</b>				
Total fruits frais	-2,054	-1,815	-2,325	37%
Total Légumes frais	-0,686	-0,743	-0,889	33%
Total pomme de terre	0,390	0,273	0,275	-16%
<b>Solde en volume (en millions de tonnes)</b>				
Total fruits frais	-1,926	-1,557	-1,758	10%
Total Légumes frais	-0,786	-0,774	-0,747	2%
Total pomme de terre	1,249	1,334	1,392	-2%

Source : douanes France / GTA

Pour la même période, le solde de la balance commerciale en légumes frais est également inférieur à l'année précédente avec 889 millions d'euros de déficit (+20 % de déficit vs janvier-novembre 2014). En quantités, les échanges n'ont que très peu varié. Cette situation s'explique par la hausse du prix moyen des importations de légumes frais. Ce dernier est passé au-dessus de la barre des 1 €/kg ce qui n'était pas arrivé depuis la même période en 2010. La valorisation des exportations françaises de légumes frais s'est également améliorée. Ce sont surtout les courgettes, les courgettes, les carottes-navets, les haricots, les asperges, les poireaux, ainsi que les salades qui ont vu leur prix moyen augmenter. Seuls l'oignon et l'ail ont connu la situation inverse.



### Les exportations françaises de légumes frais en janvier-novembre 2015 vs janvier-novembre 2014



Source : douanes France / GTA

## Focus clémentine

La campagne de la clémentine corse est marquée par une offre réduite : la production est inférieure à 2014 (-6 000 tonnes en raison des vents forts du mois de mars) et la concurrence des produits marocains est faible. La demande est intéressée et les ventes sont fluides tout au long de la campagne. Les cours restent fermes et sont supérieurs à ceux de 2014.

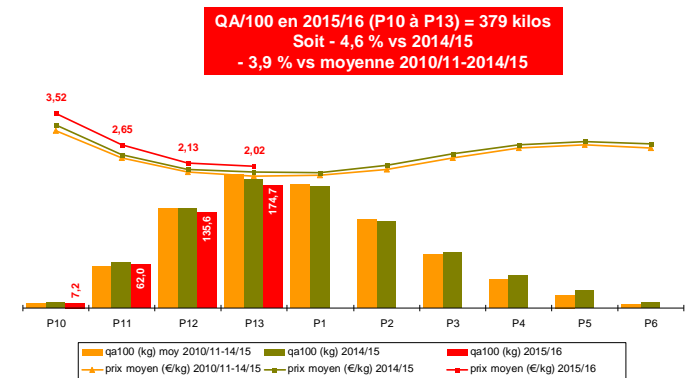
Pour ce début de campagne 2015/16 (du 7 septembre au 27 décembre 2015), les achats de clémentines pour la consommation à domicile enregistrent une baisse de 4,6 % par rapport à la même période 2014/15 et de 3,9 % vs 2010/11-14/15, affichant 379 kilos pour 100 ménages.

Le prix moyen d'achat augmente de 17,8 % vs 2014/15 et de 23,8 % vs 2010/11-14/15, à 2,77 €/kilo.

### CLEMENTINE



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



QA/100 = quantités achetées pour 100 ménages (en kilos)

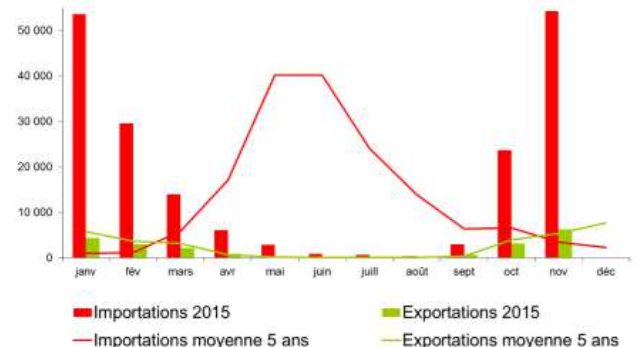
(source panel de consommateurs Kantar – élaboration FranceAgriMer)

Les clémentines, qui pèsent pour 10 % dans le total des achats de fruits et pour 33 % dans le total des achats d'agrumes, sont principalement vendues en vrac (57 % contre 43 % en pré-emballé).

Sur le début la première partie de campagne 2015/16, de septembre à novembre 2015, les quantités de clémentines importées par la France ont quelque peu augmenté par rapport à la moyenne quinquennale (+4 %). Les exportations ont également été supérieures de 4 %. Le solde des échanges reste négatif pour la France (-70 790 tonnes et -86 millions d'euros).



### Les échanges mensuels de clémentines en 2015 vs moyenne 2010/14 (en tonnes)



Source : douanes France / GTA

Toujours sur le cumul des mois de septembre à novembre 2015, les flux de clémentines ont été quasi-exclusivement importés d'Espagne (85 % en volume). Loin derrière, le Maroc (9 %) a représenté la deuxième provenance des importations françaises.



## La filière fruits transformés en 2014 (hors pruneaux et bigarreaux)

Le secteur des fruits transformés comprend à la fois des produits de grande consommation (P.G.C.) et des produits alimentaires intermédiaires (P.A.I.), comme les purées, concentrés, fruits surgelés etc...

Les filières et entreprises françaises sont globalement très orientées vers les PGC avec des marques fortes (compotes, confitures, etc...). C'est une spécificité du positionnement français par rapport aux pays voisins, souvent plus orientés vers les P.A.I. et les boissons.

Le secteur des fruits « hors surgelé » (confiture, compote, fruits au sirop, purée, produits à base de marron) représente 27 % de l'ensemble des produits conservés (légumes, maïs doux, champignons, tomates, poissons, escargots, foie gras, plats cuisinés...) et présente un chiffre d'affaires de 1 361 millions d'euros, équivalent à 2013.

Source FIAC/ADEPALE

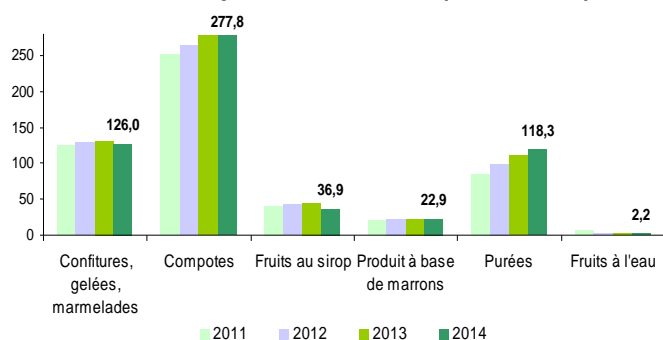
### Production

Une partie des fruits transformés est issue des écarts non commercialisables sur le marché frais des vergers de fruits de table pour des raisons de normalisation et d'aspect. Pour les autres, la production est totalement dédiée à la transformation (cassis, aliments pour bébé, pêches au sirop).

### Fabrications des produits conservés

Pour les fabrications industrielles, en 2014, on peut constater le maintien de la progression du secteur des purées, ce qui correspond à la hausse du secteur des produits allégés et sans sucre ajouté (S.S.A). A noter qu'une partie des purées est utilisée ensuite pour la fabrication des compotes. Pour les autres produits, on constate une certaine stabilité, sauf pour les fruits au sirop qui présentent une baisse en 2014.

### Fabrications tous produits en 2014 (tonnes net)



Source FIAC/ADEPALE

### Consommations

La consommation de jus de pommes représente une part de marché de 10 % de la consommation à domicile en jus de fruits.

Cette consommation est en hausse de 2 % versus 2013, alors que pour l'ensemble jus de fruits, la consommation est en baisse de 3,8 %.

(référence Unijus/NIELSEN -consommation en excluant la consommation hors domicile).

### Consommation des ménages à domicile

Entre 2007 et 2014, l'évolution de la consommation à domicile de compotes a progressé de 32 % avec une hausse de 60 % pour les compotes allégées et de 15 % pour les compotes non allégées.

La consommation de confitures affiche une baisse de 1% toutefois les confitures allégées ont perdu 14 % de part de marché alors que les non allégées ont gagné 2 % de part de marché.

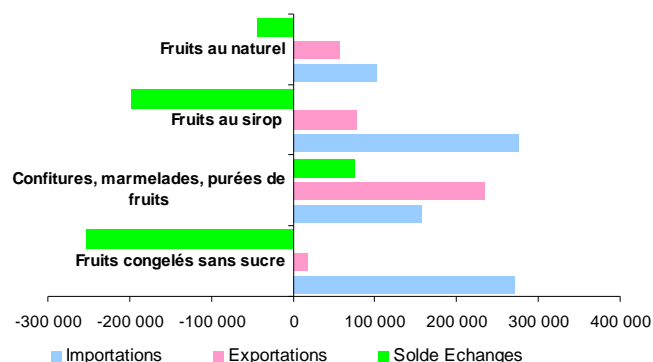
Source KantarWordPanel

### Commerce extérieur

Au niveau des échanges extérieurs, seuls les secteurs des confitures et purées sont excédentaires. Tous les autres secteurs sont déficitaires.

La France exporte des fruits pour les destinations de fabrication de P.A.I. (produits alimentaires intermédiaires) comme le concentré de jus de pommes ou les purées pour les fruits d'été.

### Echanges extérieurs en 2014 (en milliers d'€)



Source : ADEPALE à partir données Douanes

Le bilan 2014 des échanges concernant les fruits transformés est le suivant :

- les importations se sont élevées à 811 millions d'euros en baisse de 3 % vs 2013
- les exportations se sont élevées à 387 millions d'euros en baisse de 4 % vs 2013
- soit un déficit de 434 millions d'euros. Seul le poste des confitures, marmelades et purées de fruits affiche un solde positif de 76 millions d'euros.

Ont contribué à ce numéro : unité Cultures et filières spécialisées / unité Cotations et informations de conjoncture / services Marchés et études de filières, et Bases d'information économique