

# Note de conjoncture

> L'analyse économique de FranceAgriMer



4 février 2014

## La situation des fruits et légumes d'hiver en 2013

Les marchés des fruits et légumes sont à deux vitesses. Le marché des légumes d'hiver est délicat avec une météo douce au niveau de l'Europe qui favorise la pousse des plantes, limite l'export européen et réduit la consommation. Les prix sont ainsi en dessous de la moyenne pour le **poireau**, la **salade**, l'**endive** et le **chou-fleur**. Seule la **carotte** connaît des prix stables et au dessus de la moyenne. En fruits, par contre, le marché est plus porteur. Malgré un manque de dynamisme sur le marché intérieur la **poire**, la **pomme**, le **kiwi** et la **noix** ont des prix supérieurs à la moyenne grâce notamment à un bon export maritime.

Le marché du **poireau** connaît des difficultés de commercialisation. Le climat doux que connaît toute la France depuis maintenant plusieurs semaines ne favorise pas le commerce. Le poireau est en situation de crise conjoncturelle depuis le 14 janvier. En effet, la demande est fragile et l'offre reste conséquente, en France et en Europe. En Europe de l'Est, les productions locales restent importantes et inhabituellement hautes à cette période de l'année. La concurrence belge avec une offre forte et des prix bas impacte le marché français. La demande se détourne du produit en raison des températures chaudes.

Le marché de la **salade** s'est dégradé en fin d'année avec des volumes au dessus de la demande. Les conditions climatiques douces ont favorisé la pousse et limité la demande. En début d'année, la pression de l'offre est importante sur toutes les variétés et la demande s'est ralentie en particulier sur le marché français. Les vitesses de coupes ne peuvent ralentir alors que la demande est moins active. Par conséquent, les prix chutent et la laitue est déclarée en situation de crise conjoncturelle entre le 14 et le 27 janvier. En semaine 4, les prix remontent en raison d'une baisse de l'offre.

Le marché de l'**endive** est difficile. D'une part, les températures douces ont accéléré la pousse en chambre de forçage et les rendements en bac sont importants. D'autre part, la demande est timide et les cours sont en baisse depuis le début de l'année.

Le marché de la **carotte** est stable et peu évolutif avec des prix fermes.

Après une période de fin d'année délicate, le marché du **chou-fleur** profite en début d'année d'une offre plus faible et d'une mise en avant plus importante. Par conséquent, les prix sont en hausse. Cette hausse des prix rend le marché hexagonal plus attractif pour les productions espagnoles et italiennes qui reviennent plus fortement en production. Les prix sont en baisse en semaine 4.

En **poire**, la situation n'évolue pas depuis plusieurs semaines, les ventes sont régulières mais faibles et les prix sont stables et au niveau de la moyenne. Le marché n'est pas dynamique et les petites calibres n'ont quasiment pas d'acheteurs.

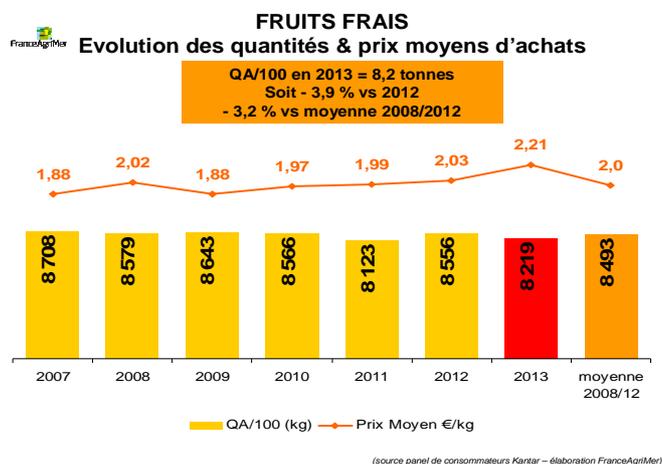
En **kiwi** le marché est stable. La demande n'est pas des plus dynamiques mais les prix sont fermes. Le kiwi est plus concurrencé que l'année dernière par les pommes, les agrumes et les bananes. Cependant, le flux de ventes reste régulier et les prix sont au dessus de la moyenne. Le marché maritime est dynamique est permet d'écouler une partie des volumes. L'export vers l'Europe est plus difficile du fait d'un manque de petit calibre et d'une forte pression italienne.

Le marché de la **pomme** a été habituellement calme durant les fêtes de fin d'année. Après la période des fêtes l'activité reprend sur l'ensemble des variétés. La reprise est plus dynamique que d'habitude et le marché intérieur retrouve une certaine fluidité. En gala, un léger repli des cours permet de bons volumes de sortie. En golden, le marché est à deux vitesses en fonction de la qualité et de la coloration avec des prix fermes pour la meilleure qualité. L'export reste actif mais orienté sur les gros calibres.

## Consommation (Source Kantar Worldpanel)

### Fruits

En 2013, les achats de fruits des ménages français pour leur consommation à domicile ont représenté 8,2 tonnes pour 100 ménages, soit - 3,9 % par rapport à l'année 2012 et - 3,2 % par rapport à la moyenne 2008/12.



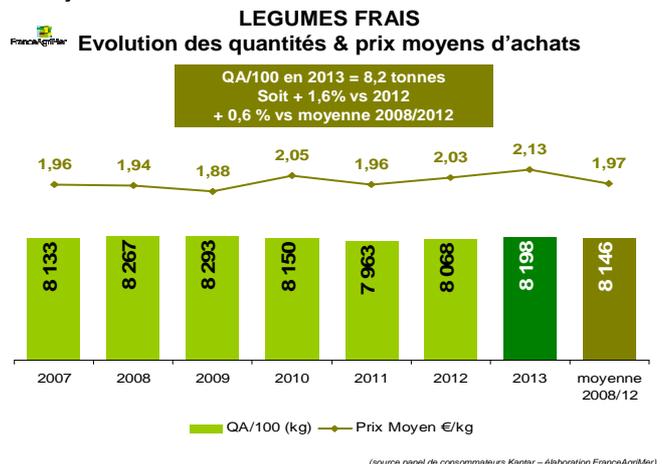
Si le pourcentage de ménages acheteurs reste stable à 99,1 %, les principaux indicateurs d'achats affichent, en revanche, une baisse générale. Ainsi, on enregistre - 3,9 % vs 2012 et - 3,3 % vs 2008/12 pour un niveau d'achat de 83 kilos par ménage acheteur (soit environ 36 kilos par individu), - 1 % vs 2012 et - 0,2 % vs 2008/12 pour des actes d'achats par acheteur au nombre de 44,7 par an, - 3 % vs 2012 et - 3,1 vs 2008/12 pour des quantités achetées par actes d'achats de l'ordre de 1,86 kilo.

Le prix moyen d'achat des fruits pour l'année 2013 s'établit à 2,21 €/kilo, soit en augmentation de 9 % vs 2012 et de 12 % par rapport à la moyenne cinq ans.

Top achat fruits en 2013 : pommes, bananes, oranges, clémentines, pêches/nectarines, poires.

### Légumes

Les achats de légumes pour la consommation à domicile ont représenté 8,2 tonnes pour 100 ménages en 2013, soit + 1,6 % par rapport à 2012 et + 0,6 % par rapport à la moyenne 5 ans.



Avec un taux de pénétration de 99,2 %, le pourcentage de ménages acheteurs de légumes reste stable par rapport à 2012 et à la moyenne 5 ans.

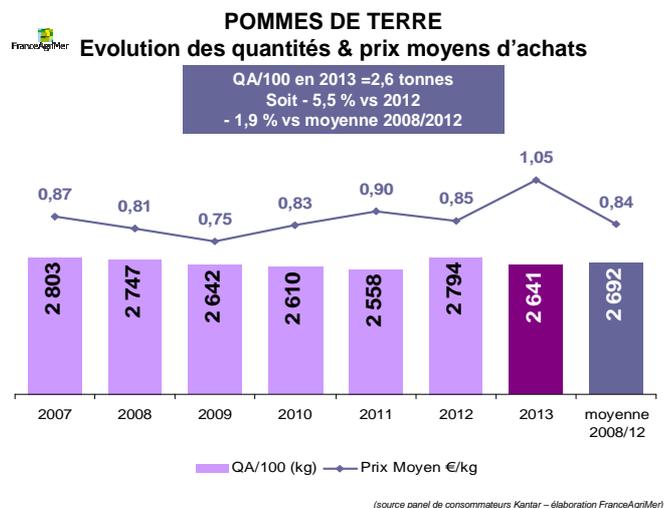
A 82,6 kilos par ménage acheteur (soit 36 kilos par individu), le niveau moyen d'achat des légumes augmente de 1,5 % vs 2012 et de 0,5 % par rapport à la moyenne 5 ans), conséquence de l'augmentation du nombre d'actes d'achats annuels à 47,2, soit + 2,3 vs 2012 et + 3,3 vs 2008/12, même si les quantités achetées par actes d'achats (1,8 kilo) reculent de 0,9 % vs 2012 et de 2,7 % vs 2008/12.

Le prix moyen d'achat des légumes s'établit à 2,13 €/kilo pour l'année 2013, soit en augmentation de 4,6 % vs 2012 et de 7,9 % par vs 2008/2012.

Top achats légumes 2013 : tomates, carottes, melons, endives, salades, courgettes.

### Pommes de terre

En 2013, les achats de pommes de terre des ménages pour la consommation à domicile ont représenté 2,6 tonnes pour 100 ménages, soit - 5,5 % vs 2012 et - 1,9 % par rapport à la moyenne quinquennale.



Le taux de pénétration, soit 90,5 %, reste stable (- 0,5 %) par rapport à 2012 et augmente de 1,3 % par rapport à la moyenne quinquennale.

Le niveau moyen d'achat (29,2 soit environ 12,7 kilos par individu), recule pour sa part de 5 % vs 2012 et de 3,1 % par rapport à la moyenne 5 ans. Le nombre d'actes d'achats (10,8 par an) reste stable vs 2012 et augmente de 2,6 % vs 2008/12. Enfin, les quantités achetées par actes d'achats (2,7 kilos en moyenne) reculent de 5 % par rapport à 2012 et de 5,6 % vs 2008/12.

Le prix moyen d'achat des pommes de terre augmente de 24 % vs 2012 et de 26,2 % vs moyenne 5 ans, à 1,05 €/kilo.

## Légumes bio

En 2013, les quantités de légumes bio\* achetées par les ménages français pour leur consommation à domicile enregistrent une croissance de 18,8 % par rapport à 2012 et de 24 % par rapport à la moyenne 5 ans.

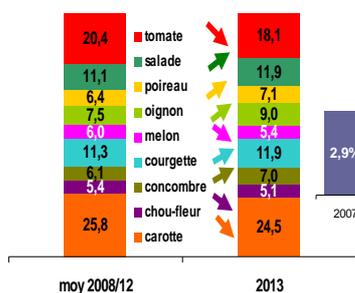
Si les acheteurs de légumes bio sont moins nombreux en 2013 (- 1,4 % vs 2012 et - 0,9 % vs 2008/12), le nombre d'actes d'achats annuels (6 en moyenne) augmente en revanche de 16,1 vs 2012 et de 25,7 vs 2008/12 ; les quantités achetées par actes d'achats (1,3 kilo en moyenne) sont supérieures de 3,1 % vs 2012 et en baisse de 2,5 % par rapport à la moyenne quinquennale.

Le prix moyen d'achat des légumes bio s'établit à 2,39 €/kilo pour l'année 2013, soit en augmentation de 5,3 % vs 2012 et de 10,4 % par rapport à la moyenne 5 ans.

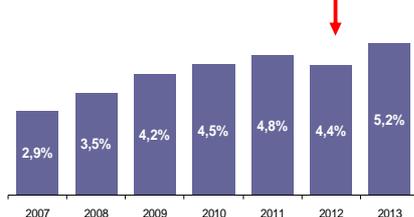
En 2013, le bio repart à la hausse, après une perte de parts de marché volume observée en 2012, et pèse désormais 5,2 % dans les achats de légumes des ménages.

### Evolution des achats de légumes bio

Evolution de la PDM volume des différents légumes bio suivis par le panel Kantar



Evolution de la PDM volume du bio dans les achats de légumes des ménages



(source panel de consommateurs Kantar – élaboration FranceAgriMer)

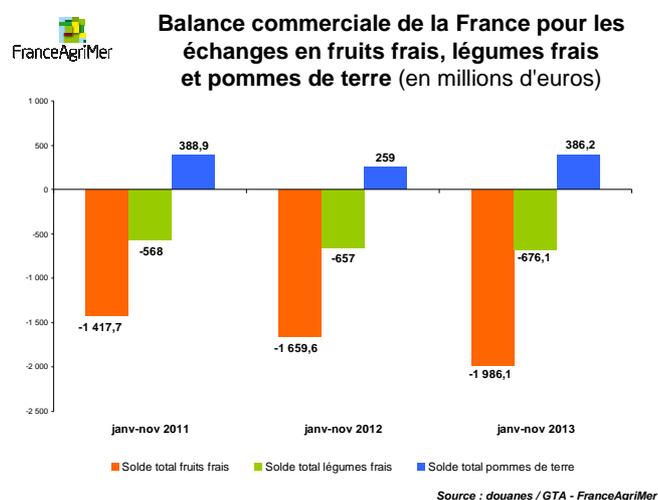
Les hypermarchés et supermarchés pèsent pour 23 % en volume dans les achats de légumes bio, suivis de très près par les marchés et foires (21 % de PDM volume) et la vente directe (19 %). Les primeurs pèsent quant à eux pour 9 % en volume dans les achats de légumes bio, et le hard discount pour 4 %.

En 2013, le cœur de clientèle des légumes bio se compose de ménages de types « séniors / retraités », de catégories sociales « moyennes ».

(\*) Légumes bio suivis par le panel Kantar : carottes, choux-fleurs, concombres, courgettes, melons, oignons, poireaux, salades, tomates

## Commerce extérieur

Sur la période allant de janvier à novembre, le déficit commercial observé pour les fruits et les légumes frais est plus élevé que les années précédentes. Il est particulièrement élevé pour les fruits frais puisqu'il atteint - 1,99 milliard d'€, ce qui représente un déficit en hausse de 20 % par rapport à la même période 2012 et de 40 % par rapport à 2011. Le déficit des échanges en légumes frais, à - 676 millions d'€ s'est également renforcé par rapport aux années précédentes mais dans une moindre mesure (- 3 % vs 2012 et - 19 % vs 2011). A l'inverse, l'excédent des échanges commerciaux de la France en pomme de terre, qui s'élève à 386 millions d'€, est nettement plus fort que celui constaté sur les 11 premiers mois de 2012 (+ 49 %), il se situe ainsi à peu près au même niveau que 2011.



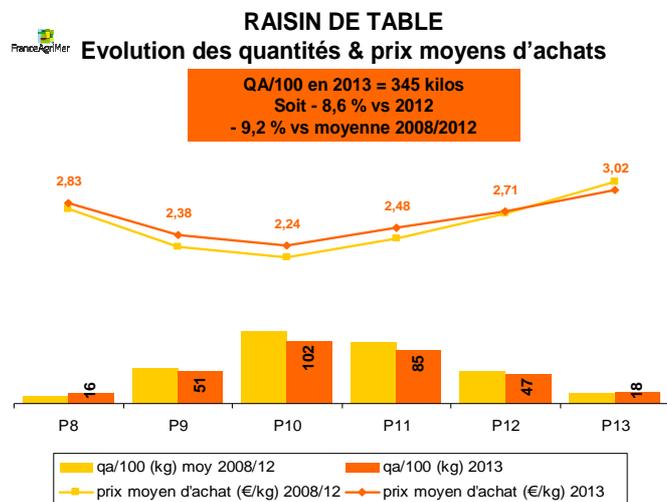
Pour les fruits frais, le déficit sur la période allant de janvier à novembre s'est aggravé en raison de la hausse des importations. En valeur, la progression des importations a surtout été observée pour les fruits en provenance d'Espagne, d'Allemagne, de Belgique, d'Afrique du Sud, du Chili et de Côte d'Ivoire. Les importations de pomme de table ont été bien plus élevées qu'habituellement, cela en raison de la faible récolte française de l'automne 2012 qui a entraîné un sous-alimentation du marché national.

L'amélioration de la situation des échanges de la France en pomme de terre par rapport à 2012 est principalement due à la revalorisation des exportations. En effet, pendant que les volumes exportés ont diminué de 6 %, les valeurs ont augmenté de 50 %.

## Focus raisin de table

La campagne raisin a commencé avec quasiment deux semaines de retard en raison des conditions climatiques froides et humides du printemps. De plus, ces conditions climatiques ont eu un impact négatif sur la récolte et l'offre en raisin de table était inférieure aux années précédentes. La commercialisation a été active au début de campagne mais la demande s'est ralentie au fur et à mesure de la campagne. Les prix ont été au dessus de la moyenne pour le raisin noir tout le long de la campagne.

En 2013, les achats de raisin par les ménages français pour leur consommation à domicile ont représenté 345 kilos pour 100 ménages, soit - 8,6 % par rapport à 2012 et - 9,2 % par rapport à la moyenne quinquennale.



Le taux de pénétration (67,4 %) recule de 0,9 % vs 2012 et de 1,4 % vs 2008/12 ; le niveau moyen d'achat recule de 7,7 % vs 2012 et de 7,8 % vs 2008/12 ; le nombre d'actes d'achats (5,5 par an) recule de 4,6 % vs 2012 et de 4,8 % vs 2008/12 ; les quantités achetées par actes d'achats (900 grammes en moyenne) reculent également de 3,2 % vs 2008 et de 3,1 % vs 2008/12.

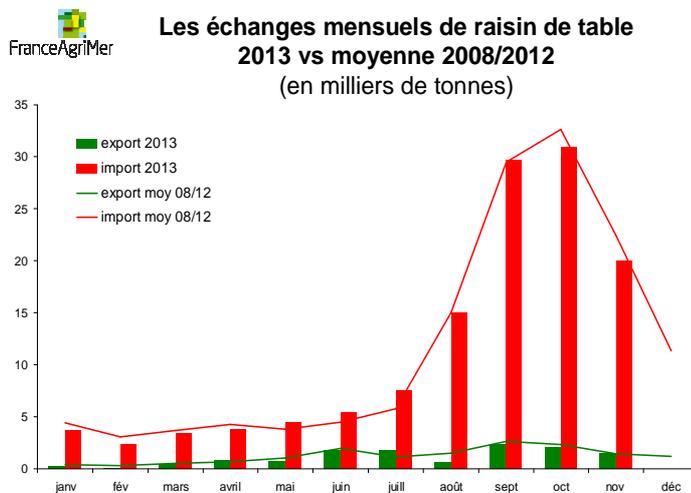
Le prix moyen d'achat des raisins augmente, pour sa part, de 1,4 % vs 2012 et de 6,3 % vs 2008/12, soit 2,55 €/kilo.

En termes de circuits d'achats, les acheteurs de raisin privilégient les hypers et supers (58 % de PDM volume), loin devant le hard discount (13 %), les marchés (12 %) et les primeurs (8 %).

En 2013, le cœur de clientèle du raisin se compose d'acheteurs domiciliés majoritairement en région parisienne (21 % de PDM volume), d'âge sénior et de catégorie sociale moyenne inférieure.

Les échanges de la France en raisin de table sur la période janvier-novembre 2013 sont essentiellement marqués par le recul des exportations en volume (- 22 % vs 2012 et - 13 % vs 2008/2012). A l'exception de la Pologne, par rapport à 2012, les exportations françaises vers ses principaux marchés sont en recul et, tout particulièrement, vers les Pays-Bas, la Suisse, l'Italie et l'Allemagne. La tendance est à peu près la même pour les valeurs exportées.

Les importations, quant à elles, sont sensiblement au même niveau que celui des 11 premiers mois de 2012 (- 2,5 % en volume et - 2 % en valeur).



Source : douanes / GTA - FranceAgriMer

Le recul des exportations françaises de raisin de table s'observe tout particulièrement au mois d'août 2013 (- 61 % vs la moyenne quinquennale) et cela en raison du retard dans la récolte annuelle de raisin. Pour les 2 mois suivants, période majeure pour les exportations françaises, les tonnages à l'export ont été inférieurs à ceux des 5 dernières campagnes (- 13 %). Il faut attendre le mois de novembre pour observer une stabilisation des exportations. A la différence, les importations mensuelles de raisin de table sont plus conformes à leur courbe habituelle.

## Focus pruneau

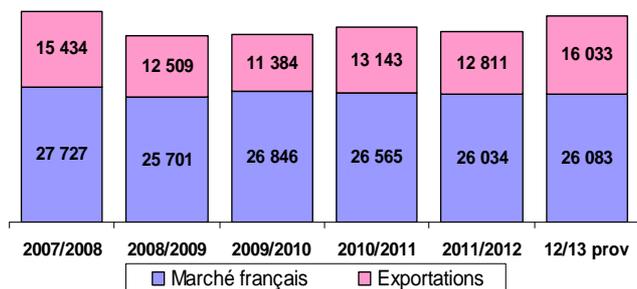
### Récolte 2013

Le faible taux de nouaison dû au froid et aux pluies excessives du printemps a entraîné une maigre récolte en 2013, de l'ordre de 30 000 tonnes (tous calibres confondus).

Les disponibilités en début de campagne 2013/2014 (récoltes + stocks de report) sont estimées à 44 000 tonnes de pruneaux converties à 23 % maximum d'humidité.

### Commercialisation de la récolte 2012

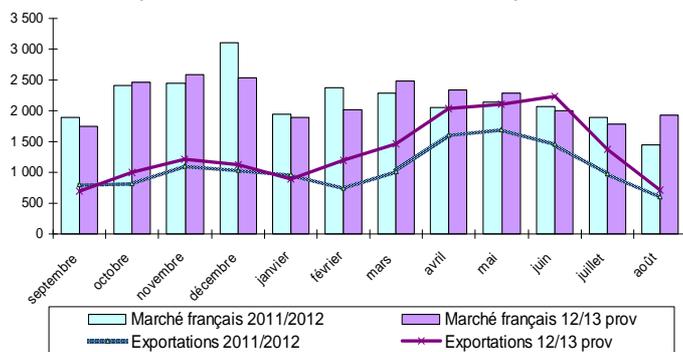
Ventes des pruneaux français  
(tonnes converties à 23 % d'humidité)



Source : BIP (Bureau Interprofessionnel du Pruneau)

Entre les deux dernières campagnes, le volume des ventes est relativement stable sur le marché intérieur mais affiche une hausse des exportations de plus de 20 % par rapport à la moyenne de 5 dernières années.

Vente de pruneaux de toutes origines de septembre à août  
(tonnes converties à 23 % d'humidité)



Source : BIP

### Commerce extérieur français (douanes françaises)

En 2012-2013, les importations en volume ont diminué de 8 % par rapport à la campagne précédente. Elles s'élèvent à un peu plus de 1 000 tonnes et proviennent essentiellement des Etats-Unis, d'Argentine et de Serbie.

Les exportations, de l'ordre de 15 000 tonnes de produits finis connaissent une progression par rapport à la campagne précédente.

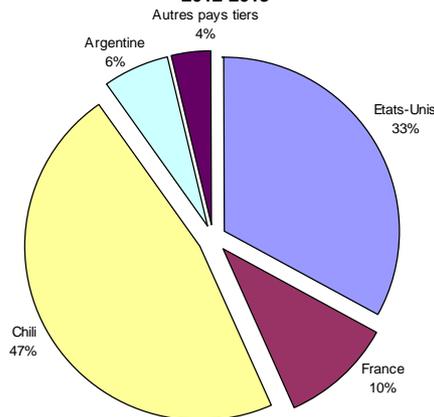
Sur la campagne 2012-2013, l'Algérie première destination de nos exportations a connu une hausse importante (37 %).

On constate également un bon redémarrage des expéditions vers l'Union européenne grâce à l'Italie, l'Espagne et, l'Allemagne.

### Echanges commerciaux de l'Union européenne

De septembre 2012 à août 2013, les importations des pays de l'UE (hors échanges intra-U.E.) progressent de 3 % et s'élèvent à plus de 65 000 tonnes.

UE : provenance des importations campagne 2012-2013



Source : BIP

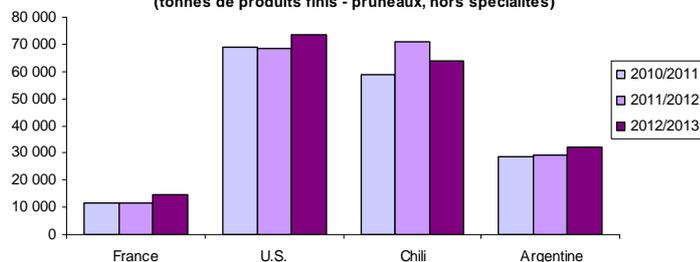
Les exportations de l'UE s'élèvent à près de 11 000 tonnes et 69 % de ces exportations sont réalisées par la France.

### Marché mondial

Ces trois dernières années, la consommation apparente mondiale était de l'ordre de 280 000 tonnes dont 95 % était fournie par les quatre principaux pays producteurs : Etats-Unis, Chili, France et Argentine.

Les disponibilités totales 2013/2014 de ces quatre grands pays producteurs peuvent être estimées à 265 000 tonnes (vs un potentiel de production de 300 000 tonnes). L'offre mondiale est déficitaire.

Exportations des quatre principaux pays producteurs du 1<sup>er</sup> sept au 31 août  
sauf pour le Chili dernières données disponibles : juillet 2013  
(tonnes de produits finis - pruneaux, hors spécialités)



Source BIP

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