

LA POMME EN 2011/12

>>> BILAN DE CAMPAGNE

Un export précoce et actif permet une fin de saison plus favorable

À la suite d'une récolte importante en France et en Europe, avec une forte proportion de pommes de gros calibre, le début de saison est précoce et bataillé sur le marché intérieur. En revanche, grâce à une exportation active, la deuxième partie de campagne est plus dynamique sur l'Hexagone. Le bilan est moyen, mais variable en fonction des variétés.

Faits marquants

Récolte précoce

Les conditions météorologiques de fin août, caractérisées par les alternances de passages pluvieux et ensoleillés, provoquent une récolte abondante en termes de volume. 2011 se distingue par des rendements élevés et un poids moyen supérieur aux années précédentes. Cette prise de poids tardive entraîne une conservation plus technique et une maîtrise difficile de la qualité dans la durée. Sur certaines variétés, on note également un manque de pénétration¹, notamment pour les pommes conservées en froid normal. Le manque de pénétration, caractérisé par un croquant peu prononcé, limite les ventes sur certains marchés, comme l'Angleterre. En outre, avec un taux d'emballage important et des écarts de tri relativement faibles, la pression demeure importante sur le marché du frais.

Une première partie de saison axée sur l'export, et une fin de campagne active sur le marché intérieur

Face à un marché européen précoce, mais bataillé, les opérateurs spécialisés bénéficient de circonstances favorables sur le grand export et sur la Grande-Bretagne durant la première partie de campagne. L'export précoce et actif, notamment en Gala, compense en partie la faible demande sur le marché intérieur durant l'automne 2011. Il faut patienter jusqu'en février pour observer une activité plus soutenue, à la suite du retard des fruits de printemps et de la présence d'un temps frais. En outre,

avec des importations d'hémisphère sud limitées et onéreuses, les expéditeurs assurent l'écoulement de la totalité de la production, au soulagement de l'amont de la filière.

Première saison de commercialisation selon la nouvelle grille de calibrage au poids

L'application de la nouvelle grille a certes changé les habitudes, mais elle n'a pas entravé la commercialisation des pommes. Néanmoins, on perçoit une petite frange de la production réfractaire chez les opérateurs spécialisés sur le conditionnement en vrac et les petits producteurs indépendants. À la suite des remarques formulées par les acteurs de la filière de la commercialisation, le groupe de travail d'Interfel avec l'ANPP (Association nationale pomme poire) a abouti à une nouvelle grille, signée le 18 avril 2012.

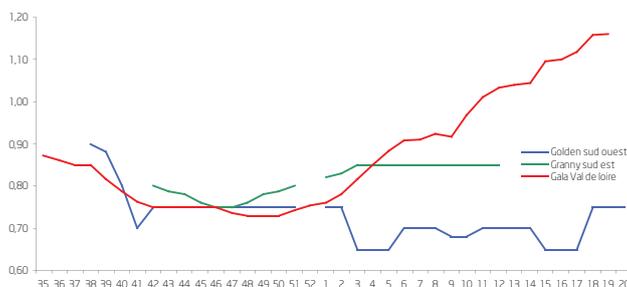
Une mise en concurrence plus importante sur le marché intérieur

Durant cette campagne, on note une modification dans les méthodes d'achat des distributeurs. La mise en concurrence des fournisseurs est plus importante. L'augmentation du sourcing² des centrales d'achats et la place de plus en plus importante des ventes en direct dans les magasins augmentent la concurrence dans la filière pomme.

1. Pénétration : dureté de la pomme, argument de qualité crucial sur certains marchés

2. Sourcing : liste des fournisseurs référencés par les centrales d'achat ou les chaînes de supermarchés

Expédition régions Sud-Ouest, Sud-Est, Val de Loire
Golden - Gala - Granny cat.I cal. 75-80 plateau 1 rang



Les courbes présentes dans ce graphique montrent la grande disparité des tendances et les cours en fonction des variétés durant la saison.

SOMMAIRE

- Déroulement de campagne page 2
- D'une campagne à l'autre page 4
- La campagne française page 5
- Le bilan mondial page 10
- Le bilan européen page 11

FranceAgriMer

R|m
RÉSEAU
DES NOUVELLES
DES MARCHÉS

Déroulement de campagne

Granny

Le marché de la Granny est segmenté durant toute la saison, suite à une production marquée par une forte proportion de gros calibre et de face blanche ou rosée. Cette Granny, utilisée comme pollinisateur, s'écoule sur des bases de prix avec une amplitude importante, face à une Granny à fond vert vif. En outre, l'arrivée sur le marché du clone « challenger » type Granny avec un fond vert et avec des lenticelles prononcées se valorise mieux. Côté marché, il faut attendre le mois de janvier avec des ventes sur la Russie pour commencer à observer une amélioration de la conjoncture. Le Sud-Est se démarque grâce à une mise en marché précoce et à une production d'une meilleure qualité.

Belchard Chantecler

Avec une récolte en progression, le début de campagne de la Belchard Chantecler est laborieux. La pression sur le marché est soutenue et fortement marquée par un pourcentage important de gros calibre. L'atomisation de l'offre sur l'ensemble du territoire ne permet pas le maintien des prix pour cette variété destinée, presque exclusivement, au marché intérieur. Mais, l'apparition de flétrissement sur certains lots en cours de conservation oblige les expéditeurs à des baisses de prix pour assurer les ventes. Les fourchettes de prix sont importantes durant presque toute la saison, face à la présence de Belchard Chantecler de terroirs, qui se distinguent sur les marchés de gros. Le bilan est néanmoins satisfaisant face au volume de récolte écoulé sur la campagne.

Fuji

Le Sud-Ouest, principal bassin de production, bénéficie de la proximité de l'Espagne pour valoriser le produit. Avec une demande précoce de l'export sur les Pays-Bas et sur le marché intérieur, la saison s'écoule correctement en termes de cours et de volume. On note la présence d'un marché spécifique en haut de gamme à destination des marchés de gros en petit conditionnement et à l'export, avec un produit ciré. Néanmoins, la saison est variable d'une station à une autre, en fonction des destinations et des clones. Les Fuji dites « striées » se valorisent mieux que les Fuji dites « lavées ». La saison est longue, très alternée dans les volumes de ventes, en particulier pour les petits calibres, qui s'écoulent correctement, mais en se plaçant en variété de substitution de la Gala, notamment en sachet.

Gala

La Gala se démarque par une forte

proportion de gros calibre et une qualité correcte. Dès le début de saison dans le Sud-Est, le marché est actif, mais ciblé sur certains calibres. Les débouchés exports sur le maritime et notamment sur la Grande-Bretagne constituent la principale activité des stations spécialisées, avec une demande ciblée sur les petits calibres. Pour les autres expéditeurs centrés sur le marché intérieur et les producteurs spécialisés sur la vente en direct, la tendance est laborieuse et les cours sont revus à la baisse. Le Val de Loire et le Sud-Ouest bénéficient des sorties régulières sur le grand export. La demande est présente, mais essentiellement dans les petits calibres, inférieurs à 170 g. En revanche, sur l'Hexagone, la forte proportion de gros calibre ne permet aucune réaction face à un marché saturé. Il faut attendre le mois de février pour observer une reprise timorée. La Gala bénéficie alors d'un écoulement et de cours plus soutenus, principalement sur le marché intérieur, complété par quelques départs vers la Grande-Bretagne.

Reinette Grise du Canada

La récolte 2011 de la Reinette Grise du Canada, ancienne variété française, est très hétérogène. La couleur de l'épiderme varie d'un fond gris, typique de la Reinette du Canada, à un fond vert, plus ou moins marqué. La production est importante, plus 16 % selon l'ANPP, en raison d'une pomme légèrement plus grosse. Côté commerce, la vente de la Canada Grise est laborieuse et variable sur le marché intérieur durant la saison. En outre, avec une qualité hétérogène, on observe une forte amplitude de prix selon les bassins de production. Le Sud-Ouest, par sa proximité de l'Espagne, bénéficie d'un débouché plus précoce et plus attractif. Le Val de Loire profite également de cette destination mais plus tardivement. À partir de la fin février, la situation se décline malgré une demande de la péninsule ibérique variable, mais présente jusqu'au mois de mars. Le temps frais motive la consommation en France, mais également en Espagne. Le bilan est variable selon la qualité des lots et les calibres.

Braeburn

Avec une coloration correcte pour la saison, grâce à d'importantes variations de températures courant septembre, la qualité de la récolte est satisfaisante. On observe une forte proportion de gros calibre et un taux de sucre un peu faible. La Braeburn bénéficie d'un bon début de saison, à la suite d'une demande précoce sur le marché allemand et des opérateurs du nord de l'UE (Pays-Bas et Pologne) pour se couvrir en début de saison.

Le marché se durcit ensuite, face à la concurrence des pays tiers, pour cette variété destinée exclusivement à l'export à l'exemple de l'Allemagne vers l'Angleterre. Pendant la campagne, la perte de fermeté sur quelques lots en cours de conservation limite les ventes sur plusieurs destinations, critère de qualité indispensable pour l'accès à certains marchés. Si le marché est actif en petit calibre à destination de la Grande-Bretagne, il reste chargé par le manque de débouché et de valorisation en gros calibre.

Rouge Américaine

Avec une offre relativement adaptée au marché, le cumul des ventes à l'export et des sorties régulières sur l'Hexagone, le marché de la Rouge Américaine se déroule sans souci particulier. La qualité de récolte avec un calibre adapté permet une valorisation correcte de la production. Côté commerce, les ventes à l'export assurent une animation, malgré une demande plus réservée sur le marché intérieur, mais sur des bases de cours stables. La valorisation de la production est correcte pour cette variété, à la faveur d'un point d'équilibre entre l'offre et la demande.

Belle de Boskoop

Une récolte importante, marquée par une forte proportion de gros calibre, pénalise la première partie de campagne. La tendance est lourde, face à la présence de températures clémentes et d'un produit fragile en automne. Les producteurs, incertains de la qualité de conservation, sont incités à maintenir une pression de l'offre sur le marché intérieur, très sollicité également par l'ensemble des autres variétés. La demande est faible et les possibilités d'export inexistantes. Il faut attendre la fin du mois de mai pour une amélioration de la situation. L'arrivée d'un temps frais et le retard des fruits à noyaux stimulent la demande. Les opérateurs bénéficient d'un rallongement de la saison inespéré pour cette variété typique d'hiver. Le bilan est décevant pour les producteurs de Belle de Boskoop.

Golden

Première variété en termes de production, en France mais également en Europe, la Golden se démarque en 2011 par une proportion importante de grosses pommes, peu segmentée. On distingue peu de phase rosée, notamment dans les pommes de terroirs d'altitude et un manque dans les petits calibres. En outre, le produit se caractérise par une certaine fragilité et une sensibilité au coup, notamment en début de campagne. La mise en

marché est précoce et fortement bataillée sur l'ensemble des places. Le manque de maturité et la concurrence italienne bloquent les ventes à l'export. Les mouvements sociaux dans les pays du nord de l'Afrique freinent les départs. Sur le marché intérieur, le retard dans le calendrier de commercialisation pèse sur l'ensemble du territoire en début de campagne. La situation demeure toujours pesante face à un disponible important. Les écarts de tri sont relativement faibles. Le volume important des stocks européens contribue au maintien d'un certain pessimisme. Il faut attendre mai pour observer un changement de tendance.

Elstar

Variété précoce du panel des pommes en France, l'Elstar est produite en grande partie dans le bassin du Val de Loire. Depuis quelques années, les surfaces sont en déclin et le verger est vieillissant. Pourtant, la récolte 2011 est importante, d'une qualité correcte avec une belle coloration.

Elle bénéficie des conditions météo favorables de l'été. Les premières Elstar sont commercialisées sur le marché français dans une ambiance calme. Elles subissent la concurrence importante des autres variétés. En outre, avec une demande ciblée sur l'ouest de la France, le marché est lent durant toute la campagne. Il faut attendre décembre pour constater une amélioration de la tendance, avec une offre qui se concentre chez quelques opérateurs. Mais, les hausses de cours sont contenues en raison des volumes de Braeburn présents sur le marché.

Reine des Reinettes

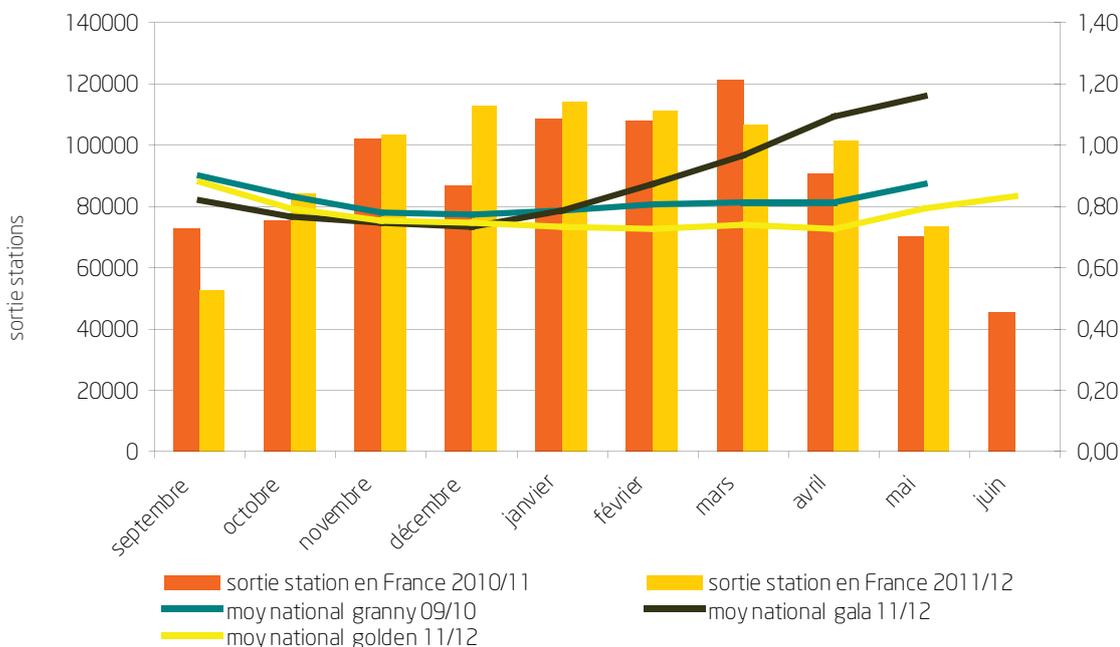
À la suite d'une forte récolte et d'une mise en marché précoce, le bilan de la Reine des Reinettes est satisfaisant. Le Sud-Est se démarque rapidement sur le marché par une qualité correcte et une prise de position précoce et maintenue durant toute la commercialisation. En revanche, pour les régions du nord de la France, comme le Val de Loire, la saison est plus laborieuse. La vente des lots peu colorés s'avère lente et

difficile. Les flux de ventes sont plus chahutés et plus concurrentiels du fait de l'élargissement de la gamme. La concurrence des autres variétés dans la gamme des bicolores ne permet pas d'optimiser cette variété spécifique au marché intérieur. Côté promotion, on note la volonté de certains opérateurs de mettre en valeur cette variété parfumée et typique, avec une communication centrée sur la « Reinette Gourmande ».

Industrie

Le marché de l'industrie est actif sur l'ensemble des destinations. La contractualisation dès septembre entre les industriels et les opérateurs de la filière permet la stabilité du marché. En outre, à la faveur d'une demande précoce de l'Espagne en jus, le Sud-Est bénéficie d'un écoulement rapide des lots grêlés. Avec ensuite une bonne demande sur le marché de la transformation, la demande sur le marché du libre reste soutenue en Golden et, plus généralement, sur le marché de la compote.

Cours expédition de la saison 2011/12 avec indications des volumes de sortie stations estimés par le SSP sur les deux dernières campagnes



Un mois de décembre actif, contrairement à la saison 2010/11, et des sorties régulières présentes jusqu'au mois d'avril permettent le maintien d'une bonne tenue des prix, face à une récolte 2011 relativement importante. La Gala bénéficie d'une évolution plus favorable de tendance, notamment à partir de décembre.

D'une campagne à l'autre

Cotation expédition des principales variétés au départ du Sud-Ouest, Sud-Est, Val de Loire et du Nord

Calibre 170-195 et 190-215 g en plateau 1rg Cat1

moyennes hebdomadaires en euros HT/kg

semaines	Golden			Gala	Rouge Américaine		Belle de Boskoop	Elstar	Belchard/ Chantecler		Reine des Reinettes		Canada gris		
	calibre 170-195 et 195-215 g - plateau 1 rangs													215/240g	
	SO	SE *	VDL	SO	SO	VDL	VDL/Nord	VDL	SO	VDL	VDL	SE	SO	VDL	
31															
32															
33								1,02			1,45	1,58			
34								1,00			1,45	1,60			
35								0,98			1,37	1,41			
36		0,80	1,00					0,96			1,28	1,35			
37		0,80	1,00	0,85				0,95			1,23	1,33			
38	0,90	0,80	0,97	0,85			0,87	0,94			1,10	1,30		0,95	
39	0,88	0,79	0,91	0,85			0,88	0,91		1,00	1,05			0,92	
40	0,80	0,78	0,89	0,84		0,90	0,88	0,90		1,01	1,04			0,90	
41	0,70	0,76	0,86	0,75		0,90	0,88	0,89	1,30	1,02	1,01			0,89	
42	0,75	0,75	0,82	0,70		0,88	0,87	0,83	1,00	1,01	1,00			0,86	
43	0,75	0,75	0,80	0,70		0,87	0,86	0,80	1,00	1,01	1,00			0,85	
44	0,75	0,75	0,79	0,75	0,8	0,87	0,86	0,80	1,00	1,01	1,00		0,80	0,85	
45	0,75	0,75	0,77	0,75	0,75	0,85	0,85	0,80	0,95	1,01			0,80	0,84	
46	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,83	0,84	0,79	0,95	0,98			0,80	0,82	
47	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,81	0,84	0,81	1,00	0,92			0,80	0,80	
48	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,81	0,85	0,81	1,00	0,90			0,80	0,80	
49	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,81	0,85	0,82	0,85	0,90			0,80	0,80	
50	0,75	0,75	0,75	0,72	0,75	0,81	0,84	0,86	0,85	0,90			0,80	0,78	
51	0,75	0,75	0,75	0,72	0,75	0,82	0,85	0,88	0,85	0,90			0,80	0,79	
52	0,75	0,75	0,75	0,75		0,82	0,85	0,88		0,90				0,79	
1	0,75	0,75	0,75	0,75	0,75	0,82	0,85	0,87	0,90	0,90			0,80	0,79	
2	0,65	0,75	0,74	0,75	0,75	0,82	0,85	0,88	0,90	0,91			0,80	0,81	
3	0,65	0,75	0,75	0,80		0,82	0,85	0,88	0,90	0,94			0,80	0,83	
4	0,65	0,75	0,75	0,82		0,85	0,85	0,90	1,00	0,95			0,80	0,84	
5	0,70	0,75	0,75	0,85		0,92	0,87	0,92	0,90	0,95			0,80	0,87	
6	0,70	0,73	0,75	0,80		0,94	0,90	0,97	0,95	0,95			0,80	0,89	
7	0,70	0,73	0,75	0,85		0,93	0,89	0,98	0,95	0,96			0,80	0,90	
8	0,68	0,73	0,76	0,90		0,92	0,88	0,97	0,95	0,96			0,80	0,89	
9	0,68	0,73	0,76	0,90		0,91	0,84	0,94	1,00	0,96			0,80	0,88	
10	0,70	0,73	0,78	1,00			0,80	0,92		0,98			0,80	0,89	
11	0,70		0,80				0,80	0,96	1,00	1,00			0,85	0,86	
12	0,70		0,80				0,80	0,99	1,10	1,00			0,85	0,83	
13	0,70		0,80				0,78	1,00	1,10	0,99			0,85	0,82	
14	0,65		0,79				0,75		1,10	1,00			0,80	0,80	
15	0,65		0,80				0,75		1,10	1,08			0,85	0,89	
16	0,65		0,79				0,75		1,10	1,08			0,85	0,89	
17	0,75		0,78				0,73		1,00	1,08			0,85	0,90	
18	0,75		0,80				0,73		1,20	1,11			1,00	0,96	
19	0,75		0,80				0,74		1,20	1,13			1,00	1,01	
20	0,77		0,81							1,16				1,04	
21	0,78		0,85							1,25				1,05	
22	0,75		0,90							1,28					

*SE Cole 3-4

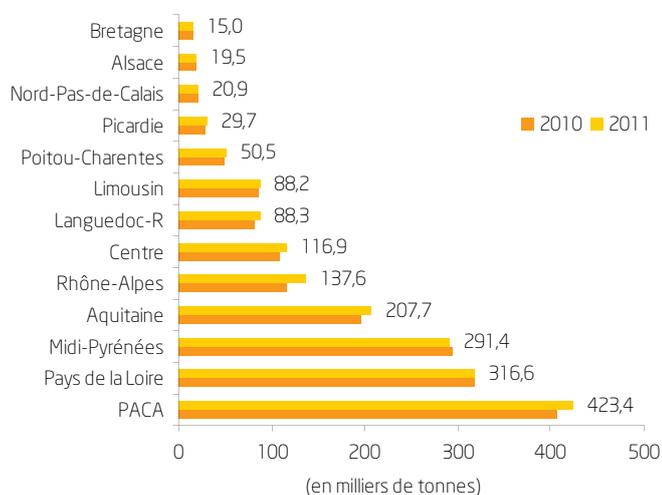
La campagne française 2011/12

La production de pommes de tables : des volumes en hausse

La campagne 2011/12 s'est inscrite sous le signe d'une récolte importante et d'une poursuite de la reprise des exportations. La commercialisation des principaux fruits pendant l'été 2011 a rencontré des difficultés d'écoulement, gênant le début de la campagne de la pomme.

En 2011, malgré une diminution de la surface du verger français de pommiers de 2 % par rapport à la moyenne 2006/2010, la récolte dépasse de 5 % son niveau moyen. Les très bons rendements observés s'expliquent par des conditions climatiques favorables pendant la floraison, ainsi que des précipitations bénéfiques survenues au cours de l'été. Le printemps chaud et sec a finalement permis une avance de récolte de deux semaines environ.

Volume de pommes de table récoltées dans les principales régions de production en 2010 et 2011



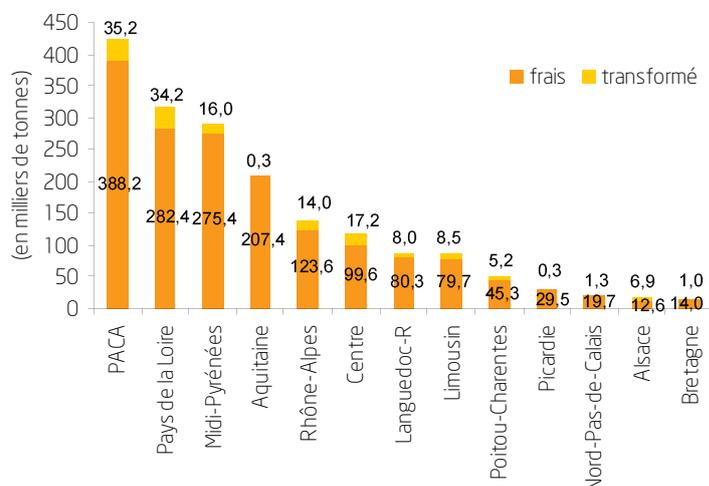
Source : Agreste

En France, pour 2011, la production globale de pommes a augmenté de 3,8 % par rapport à 2010. La récolte nationale a atteint plus de 1,857 million de tonnes. La Provence-Alpes-Côte-d'Azur a produit près de 23 % du volume national de pommes (soit 423 400 tonnes), les Pays de la Loire 17 % (soit 316 600 tonnes), Midi-Pyrénées un peu moins de 16 % (291 400 tonnes) et l'Aquitaine plus de 11 % (soit 207 700 tonnes).

Parmi les principales variétés cultivées, la Granny Smith est celle qui a connu la plus forte hausse par rapport à la campagne précédente (+ 6,6 %). La Golden, qui demeure la première variété produite (0,63 million de tonnes sur 1,86 million de tonnes au total), a connu une augmentation plus modérée (+ 3 %).

La production transformée : une campagne 2011/12 équilibrée

Volume de pommes de table par destination et par régions de productions en 2011



Source : Agreste

Contrairement à la production globale de pommes, la production de pommes destinées à l'industrie de transformation a diminué de 6,3 % par rapport à 2010. La Provence-Alpes-Côte-d'Azur est également la première région productrice avec un peu moins de 24 % des volumes nationaux (soit 3 520 tonnes), suivie par les Pays de la Loire avec 23 % (soit 3 166 tonnes). Le cours du marché vers la transformation s'est établi en début de campagne sur les bases des années 2008/09 et 2010/11, puis s'est orienté à la hausse tout au long de la campagne tout en restant inférieur à 2010/11. L'approvisionnement des usines a été dans l'ensemble satisfaisant et la demande du marché a permis une commercialisation des fruits destinés à la transformation de façon fluide, avec cependant un manque de Golden sur certaines périodes en raison d'un faible déstockage pour le marché du frais.

Produits transformés	Quantités utilisées*
Concentrés	Production variable en fonction de la conjoncture estimée à quelques milliers de tonnes
Desserts de fruits : compotes, purées et baby-food	250 000 tonnes
Pur jus	65 000 litres de pommes pur jus**
Pommes à peler : surgelées, déshydratées, 4 ^e et 5 ^e gammes)	30 000 tonnes

*équivalent tonnes de pommes

** y compris origine filière cidricole

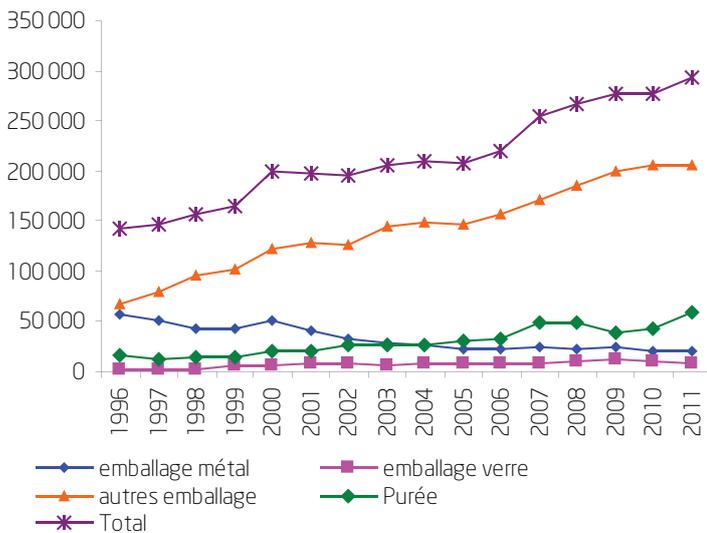
Source : estimation à partir des informations Afidem, Statistiques Adepale, Unijus, étude pommes à peler 1998 et entreprises

Avec 68 280 tonnes, les tonnages contractualisés dans le cadre du contrat type sont supérieurs à la campagne précédente mais inférieurs d'environ 13 % à la moyenne des dix dernières années.

Les fabrications industrielles sont marquées par la progression de la fabrication des compotes, avec une diversification permanente des propositions aux consommateurs.

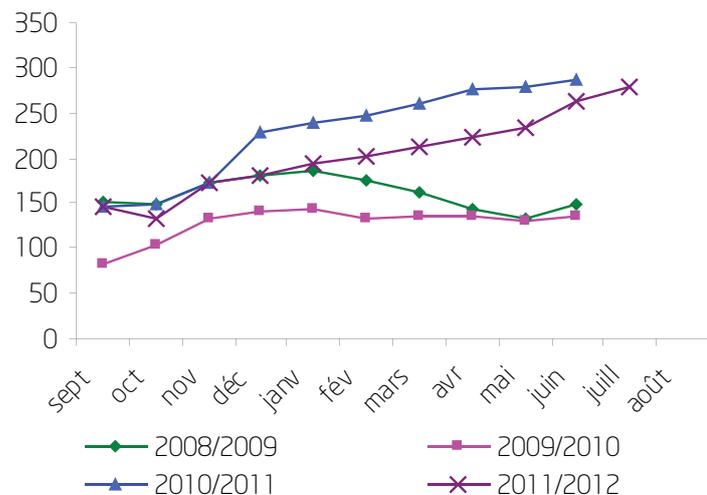
En 2011, les fabrications industrielles de compote de pommes et purée de fruits se répartissent entre les compotes pur pomme (141 309 tonnes net) et les mélange pomme et autres fruits (151 237 tonnes net) pour un total de 292 546 tonnes net. Le conditionnement de ces fabrications (pur pomme et mélange) se répartit comme suit : purée tous emballages 20 %, compote emballage métal 7 %, compote emballage verre 3 %, compote autres emballages 70 %.

Évolution des fabrications industrielles de compotes de pommes (en tonnes net)



Source : Afidem

Pommes destinées à l'industrie pour la fabrication de compote (€/t)



* Moyenne arithmétique des cotations publiées par le RNM : Golden Sud-ouest, Val de Loire et Sud-est

Source : FranceAgriMer - RNM

Le marché vers la destination jus a également été très bien orienté, quoique inférieur à la campagne 2010/11.

Le prix du concentré est resté très élevé avec un niveau de l'ordre de 1 700 €/tonne (CAF Rotterdam). Il n'y a pas de production significative de concentré en France.

Statistiques des fabrications annuelles (France et exportation)

Année	Quantité en hectolitre	dont jus de pomme pur jus	dont jus de pomme à base de concentré
2006	1 040 000	270 300	769 700
2007	1 142 000	351 400	790 900
2008	1 119 100	401 300	717 800
2009	1 131 000	420 800	710 700
2010	1 200 100	532 700	667 400
2011	1 271 100	613 100	658 000

Source : Unijus

L'ensemble des jus de pomme (y compris nectars) représente 138,7 millions de litre, soit 9,5 % de part de marché total. Le jus de pomme est en progression de 0,5 %, alors que l'ensemble des jus de fruits est en baisse de 0,6 %.

D'après le Syndicat national des transformateurs cidricoles, les réceptions en usines en 2011 ont atteint 252 615 tonnes. Au niveau de la commercialisation de la production de pomme à cidre par produit fini, les estimations sont les suivantes :

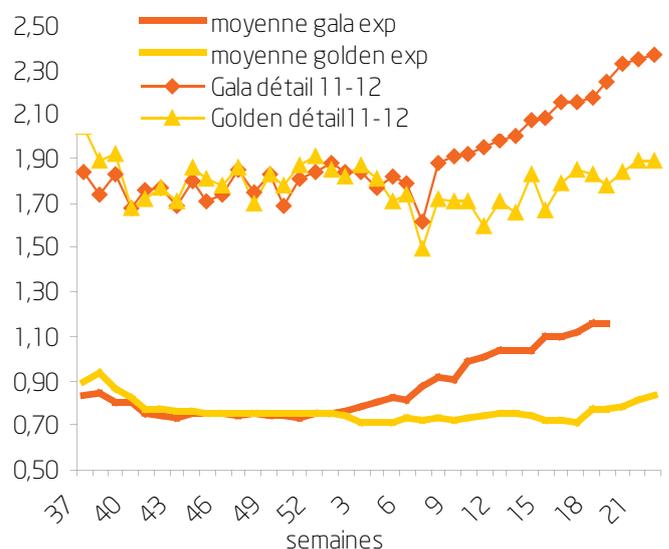
- Cidre : 160 000 tonnes
- Calvados : 36 000 tonnes
- Jus de pomme, vinaigre de cidre : 50 000 tonnes

Les prix relevés en GMS pendant la campagne 2011/12

Moyenne national expédition en Golden et Gala, comparé au prix détail* RNM dans les hypers et supermarchés en Gala et Golden

Prix détail moyennes hebdomadaires en € TTC/kg

Prix expédition en € HT/kg



*Méthodologie basée sur le relevé des prix en GMS faite par les enquêteurs du RNM à la différence des prix issus du panel Kantar (basé sur un déclaratif des achats fait par un panel de consommateur).

Source : FranceAgriMer - RNM

La consommation nationale

On observe une parfaite similitude durant le début de campagne pour ensuite constater une hausse des cours en Gala à l'expédition et au détail. La Golden peine à progresser durant toute la campagne. La baisse des prix au détail en semaine 7, correspond à un pic de promotion dans les magasins. En Gala, le taux s'élève à 22 % et en Golden à 36 % dans le panel des magasins enquêtés par le RNM.

La consommation en frais : un recul des achats durant la campagne 2011/12 (août à juillet)

Au cours de la campagne 2011/12, près de 88 % des ménages français ont déclaré acheter des pommes fraîches pour leur consommation à domicile, soit une légère perte d'acheteurs (- 0,9 % vs 2010/11 et - 1,6 % vs moyenne 2006/07 – 2010/11).

Le prix moyen d'achat recule de 1,1 % par rapport à la campagne précédente et augmente de 0,5 % par rapport à la moyenne 2006/07 – 2010/11, à 1,56 €/kg.

Les quantités achetées pour 100 ménages, soit 1,61 tonne, reculent de 1,6 % par rapport à 2010/11 et de 9 % par rapport à la moyenne des cinq dernières campagnes.

Le niveau moyen d'achat (18,3 kilos par ménage acheteur, soit environ 8 kilos par individu), recule de 0,7 % vs 2010/11 et de 7,5 % par rapport à la moyenne des cinq campagnes précédentes.

La fréquence d'achat, soit 12,5 actes d'achats annuels, recule également de 2,3 % vs 2010/11 et de 7,1 % vs 2006/07 – 2010/11.

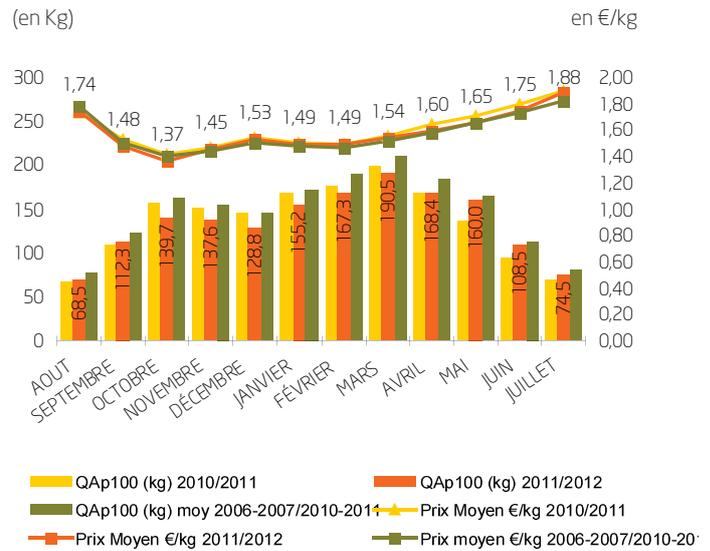
Les quantités achetées par acte d'achat (1,47 kilo par acte) augmentent en revanche de 1,6 % vs 2010/11, tout en restant en deçà de la moyenne 2006/07 – 2010/11.

En 2011/12, les pommes fraîches pèsent pour 19,7 % dans les achats en volume de fruits des ménages français pour leur consommation à domicile.

Entre octobre 2011 et avril 2012, les quantités de pommes achetées par les ménages sont inférieures de 6,6 % par rapport à la même période de la campagne précédente.

Pendant les 12 mois de la campagne 2011/12, les quantités de pommes achetées par les ménages sont inférieures aux 12 mois de la moyenne 2006/07 – 2010/11.

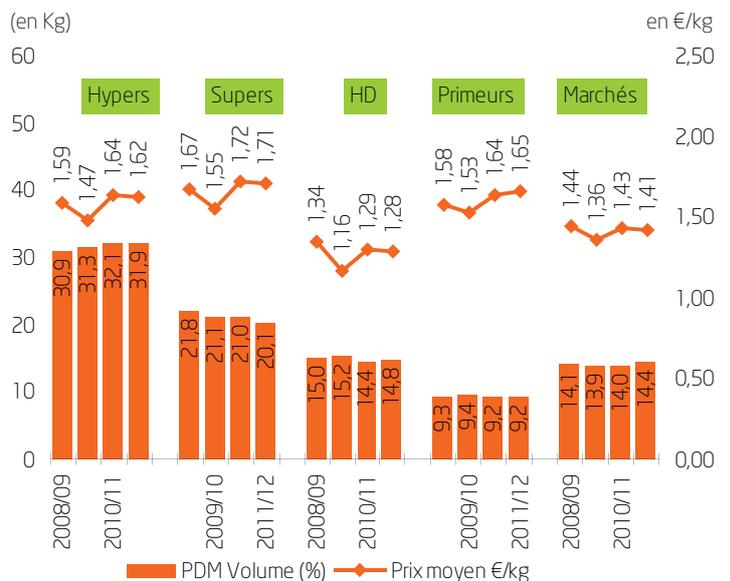
Achats mensuels de pommes fraîches



Source : panel de consommateurs Kantar - élaboration FranceAgriMer

En termes de circuits, on observe une perte de parts de marchés volume en hypermarchés et supermarchés, au profit du hard discount (+ 0,4 pt) et des marchés (+ 0,4 pt).

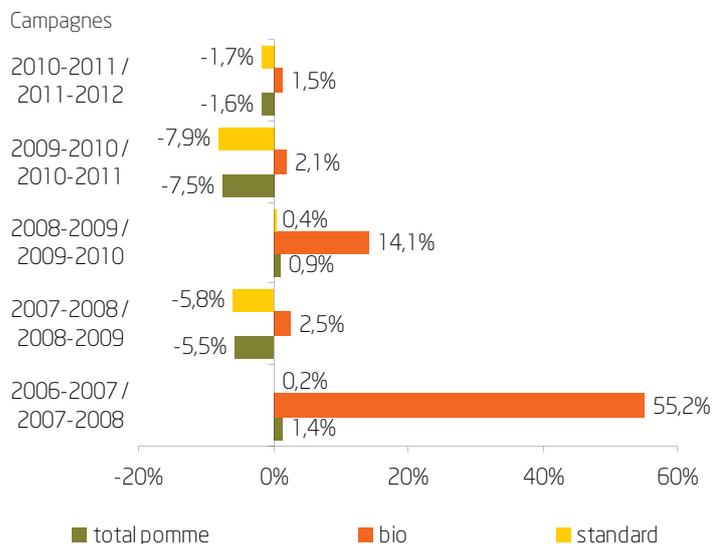
Parts de marché en volume et prix moyen d'achat des pommes fraîches par circuits de distribution



Source : panel de consommateurs Kantar

Après la hausse observée en 2010/11, les prix moyens d'achats reculent dans l'ensemble des circuits de distribution, les moins élevés étant en hard discount et les plus élevés en supermarchés.

Évolution des quantités achetées de pommes fraîches



Source : panel de consommateurs Kantar

La pomme bio : une part qui augmente dans les achats totaux de pommes

Avec un taux de pénétration de 12,7 %, le marché de la pomme bio compte moins d'acheteurs sur cette campagne (- 8 % vs 2010/11 et - 8,2 % vs moyenne des cinq dernières campagnes). Ces derniers en achètent cependant davantage (75,7 kg pour 100 ménages, soit + 1,5 % vs 2010/11 et + 20,4 % vs moyenne cinq dernières campagnes).

Le prix moyen d'achat des pommes bio est au plus haut, à 2,16 €/kg, soit le même que celui enregistré en 2010/11, et en augmentation de 4,5 % par rapport à la moyenne des cinq campagnes précédentes.

La part du bio dans les achats de pommes fraîches progresse et pèse désormais 4,7 %, pour la campagne 2011/12, contre 2,2 % en moyenne sur les cinq campagnes précédentes.

Évolution des quantités achetées de pommes bio



Source : panel de consommateurs Kantar

La consommation en transformé : développement du jus de pomme et recul du cidre

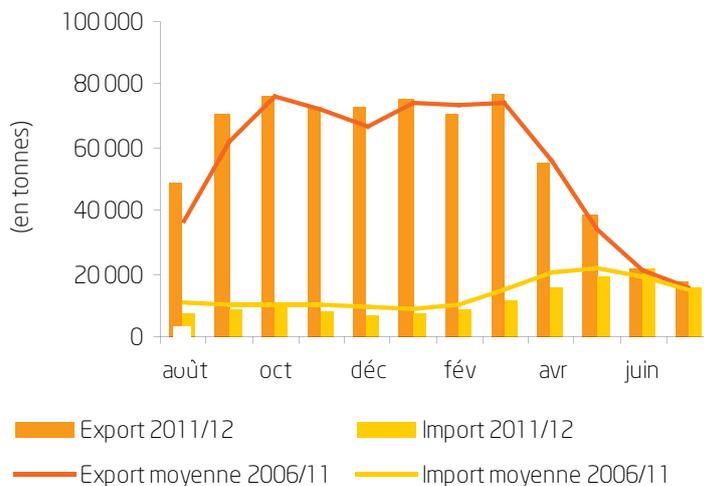
En deuxième position derrière le jus d'orange, le jus de pomme poursuit son développement avec 163,63 millions de litres vendus en 2011, ce qui représente 9,97 % du marché total (+4,1 % en volume par rapport à 2010).

En 2012, les achats de cidre en grande distribution (environ deux tiers du marché intérieur) se sont élevés à 537 milliers d'hectolitres, poursuivant ainsi le recul de consommation observé depuis plusieurs années.

Les échanges de la pomme en France : une campagne active à l'export

La reprise des exportations françaises de pommes fraîches (hors pommes à cidre), observée depuis la campagne 2009/10, poursuit sa progression pour la 3^e campagne consécutive en 2011/12. Cette évolution permet de dépasser le niveau moyen des cinq dernières campagnes (+ 5,4 % en volumes), pour atteindre au final plus de 697 000 tonnes. En raison de la précocité de la récolte de pommes françaises, le niveau des exportations a particulièrement progressé au démarrage de la campagne, durant les mois d'août et septembre 2011.

Les échanges mensuels de la France en pommes de table* au cours de la campagne 2011/12 (vs moyennes 5 ans)

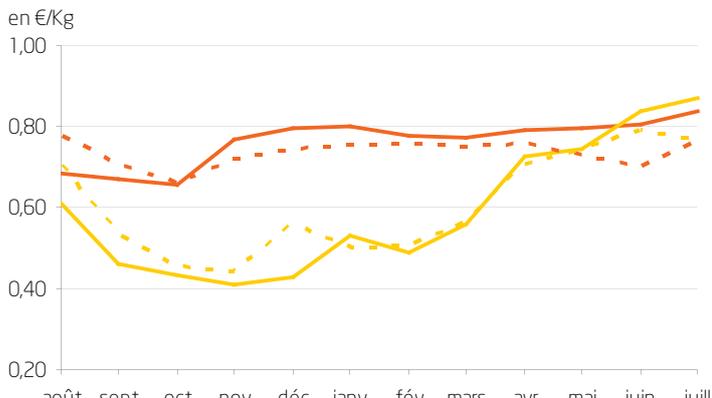


*Total pommes fraîches à l'exclusion des pommes à cidre

Source : douanes France

Le bon niveau de récolte explique également le recul des importations françaises, durant la campagne : à un peu moins de 142 000 tonnes (- 12 % par rapport à la moyenne 2006/2011). En effet, à l'exception des mois d'octobre 2011, puis de juin et juillet 2012, les volumes importés par la France ont systématiquement été en dessous de la moyenne des cinq dernières campagnes.

Prix moyen des exportations et importations françaises de pommes de table* sur la campagne 2011/12 (vs moyenne 5 ans)

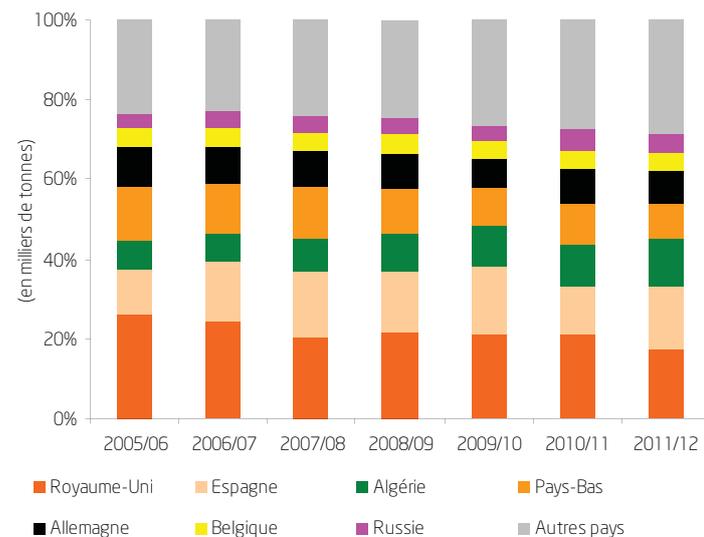


*Total pommes fraîches à l'exclusion des pommes à cidre

Source : douanes France

Hormis le démarrage de campagne, durant les mois d'août à septembre, les exportations françaises ont bénéficié d'une bonne valorisation avec un prix moyen en progression par rapport à la moyenne des cinq campagnes précédentes. Ce dernier a dépassé le seuil des 0,80 d'€/kg pendant cinq mois (de décembre à janvier et de mai à juillet). À l'inverse, le prix moyen des importations a plus souvent été en recul ou au même niveau que les prix moyens observés au cours des cinq dernières campagnes.

Évolution de la répartition des exportations de pommes de table* par destinations au cours des 7 dernières campagnes (en volume)



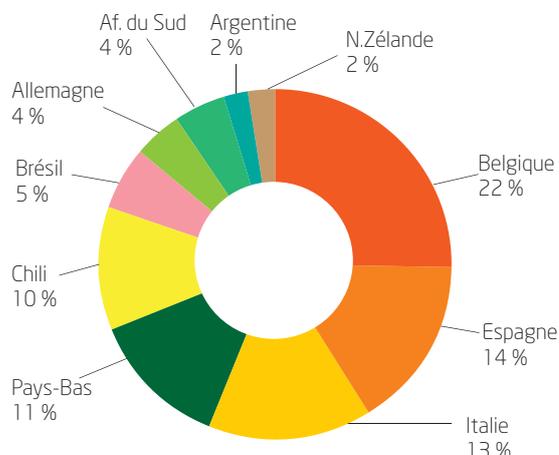
*Total pommes fraîches à l'exclusion des pommes à cidre

Source : douanes France

Les quatre premiers clients de la France – le Royaume-Uni (17 %), l'Espagne (16 %), l'Algérie (12 %) et les Pays-Bas (9 %) – ont représenté plus de la moitié des pommes exportées par la France en volume.

D'années en années, on assiste à une modification des destinations des pommes exportées par la France. Le poids de la zone UE à 27 perd du terrain puisqu'il y a cinq ans à peine, elle représentait près de 80 % des flux exportés par la France. Durant la dernière campagne 2011/12, elle ne représentait plus que 67 %. Plus en détail, la part du Royaume-Uni, des Pays-Bas et de l'Allemagne a diminué au profit de l'Espagne et de l'Algérie.

Provenance des importations de pommes de table* en volume en 2011/12



*Total pommes fraîches à l'exclusion des pommes à cidre

Source : douanes France

D'août 2011 à juillet 2012, la France a importé 75 % des volumes en provenance de pays de l'UE à 27, dont 22 % de Belgique, 14 % d'Espagne et 13 % d'Italie.

Les importations de pommes de contre-saison produites dans l'hémisphère sud (Chili, Argentine, Brésil, Afrique du Sud et Nouvelle-Zélande notamment), représentent environ un quart des volumes.

Les échanges en jus de pomme : un grand déficit pour la France

Pour la campagne 2011/12, on constate un important déficit en échange en jus de pomme avec un solde négatif de plus de 105 000 tonnes. Près de la moitié des importations proviennent d'Allemagne, 20 % d'Italie et 11 % d'Espagne.

Jus de pomme* (en tonnes)		
2011/12	Import	Export
UE (27)	126 343	20 218
Monde	129 352	23 812

*Code NC 200971 et 200979

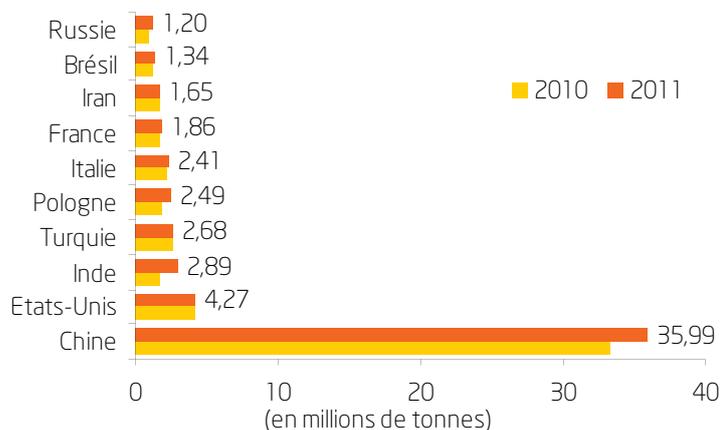
Source : douanes France

Le bilan mondial

Une production mondiale record

La production mondiale de pommes pour 2011/12 est estimée à un record de 65,2 millions de tonnes, en hausse de 4 % par rapport à l'année précédente.

Principaux pays producteurs de pommes* en 2011 (vs 2010)



*Total pommes (pommes destinées à la transformation et pommes à cidre comprises)

Source : FAO

Avec 36 millions de tonnes en 2011, la Chine assure 47 % de la production mondiale. Les volumes produits en 2011 progressent de 2 millions de tonnes, par rapport à 2010. Malgré des températures fraîches au printemps et des pluies excessives en été, qui ont entraîné une baisse de la production dans le Shandong et le Shanxi, les gains dans les autres provinces ont permis de compenser largement ces pertes.

Les États-Unis, 2^e producteur mondial, avec une production quasi-stable au niveau national (+ 1,2 % vs 2010/11) ont enregistré une légère hausse dans le Michigan, qui a permis de compenser les pertes de l'année précédente dues au gel printanier.

Dans l'Union européenne, la production connaît une hausse de 10 %. Après une campagne 2010/11 catastrophique, la Pologne voit sa production revenir presque à son niveau de 2009/10. L'Italie et la France, avec des gains plus modérés, ont aussi contribué à la bonne récolte européenne.

Les 15 premiers producteurs représentent près de 80 % de la production mondiale contre 76 % en 2010. Cette concentration de la production est principalement due à la progression de la Chine.

Les 20 % restants sont produits par plus de 80 pays qui visent avant tout à approvisionner leur marché domestique et qui restent globalement importateurs de pommes. La production se développe en particulier dans certains pays d'Afrique du Nord (Maroc, Algérie), du Proche-Orient (Liban, Irak) et de l'ancien bloc de l'Est (Ouzbékistan).

Au niveau de la transformation, la Chine est l'acteur majeur sur le marché du concentré de jus de pomme.

2011 (en milliers de tonnes)				
Région	Production de pommes	Pommes pour transfo.	Pommes pour jus concentré	Production de jus concentré
EU-15	8 301	1 654	1 275	148,5
Autres pays d'Europe	3 430	1 547	1 426	208,2
Russie	1 540	800	600	160,0
Amérique du Nord	5 192	1 658	735	96,0
Asie	38 550	5 235	5 208	655,5
Hémisphère sud	5 715	1 494	1 256	188,3
TOTAL 31 pays	62 728	12 388	107	1 456,5

Source : World Apple Review 2012

La hausse de la consommation mondiale tirée par la Chine

Les Turcs sont les plus gros consommateurs de pomme fraîche, avec une consommation élevée qui ne cesse d'augmenter (plus de 34kg/an/habitant en moyenne en 2009/2011). Mais l'Europe reste, de loin, le premier bassin de consommation : 13 des 15 principaux consommateurs sont des pays de l'UE. La tendance est néanmoins à la baisse dans les pays développés, tandis que la consommation progresse dans les pays d'Europe de l'Est (Bulgarie, Roumanie), en Russie et surtout en Chine. Dans les zones non productrices, la consommation reste faible mais progresse lentement, en particulier dans les pays d'Asie du Sud-Est.

De manière générale, la consommation mondiale augmente légèrement (+ 1kg/an/habitant entre 1995 et 2011), mais cette augmentation est presque exclusivement due à la Chine : sans elle, la consommation mondiale perdrait 1 kg/an/habitant sur la même période.

Des échanges mondiaux qui s'intensifient

Principaux exportateurs de pommes*			
		2011/12	évol. vs 2010/11
1 ^{er}	Chine	1 065	5,2 %
2 ^e	Italie	941	0,6 %
3 ^e	Chili	800	5,3 %
4 ^e	États-Unis	875	4,0 %
5 ^e	Pologne	814	94,7 %
6 ^e	France	697	4,3 %

*Total pommes fraîches (pommes destinées à la transformation et pommes à cidre comprises)

Source : USDA / douanes des pays européens

Les exportations mondiales en 2011/12 ont connu une hausse de 10 % pour atteindre un record de 5,6 millions de tonnes.

Dans l'Union européenne, les expéditions ont bondi de 40 % (1,5 million de tonnes), essentiellement en raison du rebond des exportations polonaises (+ 94,7 % vs 2010/11). Les exportations chinoises et chiliennes ont augmenté de plus de 5 % grâce à une hausse de la demande en Indonésie et en Russie.

Dans le même temps, les tonnages exportés par les États-Unis ont augmenté de façon plus modérée (+ 4 %).

La France, en 2011/12, se situe au 6^e rang des exportations mondiales après la Chine, l'Italie, le Chili, les États-Unis et la Pologne. En comparaison des principaux pays exportateurs, les exportations françaises se caractérisent par leur meilleure valorisation.

Principaux importateurs de pommes*			
		2011/12	évol. vs 2010/11
1 ^{er}	Russie	1 180	- 1,7 %
2 ^e	Allemagne	543	- 8,3 %
3 ^e	Royaume-Uni	466	- 2,1 %
4 ^e	Pays-Bas	276	- 14,8 %
5 ^e	Mexique	225	17,8 %
6 ^e	Inde	210	1,0 %

14 ^e	France	142	- 10,7 %
-----------------	--------	-----	----------

*Total pommes fraîches (pommes destinées à la transformation et pommes à cidre comprises)

Source : USDA / douanes des pays européens

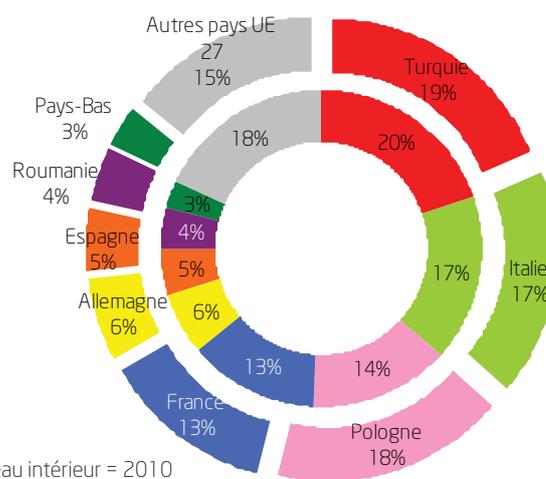
La Russie reste le premier marché mondial pour les exportations de pommes en 2011/12.

Dans le même temps, la France s'est positionnée comme le 14^e pays importateur de pommes dans le monde (- 10,7 % vs 2010/11).

La production de la zone UE à 27 et Turquie en hausse

Au cours de la récolte 2011, les volumes enregistrés dans l'ensemble de la zone Union européenne et Turquie ont été en hausse par rapport à l'année précédente, passant de 13,15 à 14,14 millions de tonnes. Sur le million de tonnes supplémentaire, la progression de la Pologne représente une part importante : 638 000 tonnes soit 64 % de la progression des volumes de la zone.

Répartition de la production de pommes* parmi les pays de la zone UE 27 + Turquie



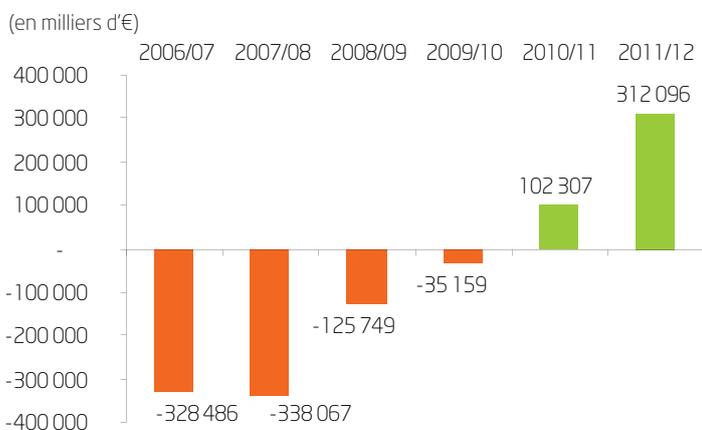
Anneau intérieur = 2010
Anneau extérieur = 2011

*Total pommes (pommes destinées à la transformation et pommes à cidre comprises)

Source : Eurostat

D'après les données Eurostat pour 2011, les vergers turcs, polonais et italien ont représenté plus de la moitié de la récolte de pommes dans la zone UE à 27 et Turquie, devant la France, l'Allemagne, l'Espagne et la Roumanie. Par rapport à la récolte 2010, la Pologne a repris tout son poids dans la production européenne avec un niveau de production qui est revenu à la normal après une année difficile. La répartition de la production entre les autres pays reste pratiquement inchangée.

Balance commerciale de l'UE 27 pour ses échanges de pommes avec les pays tiers



Source : douanes UE 27

La balance commerciale de l'UE à 27 concernant les échanges de pommes fraîches avec les pays tiers a été excédentaire de plus de 312 millions d'euros sur la campagne 2011/12. Par conséquent, la dernière campagne a permis de constater à nouveau la hausse progressive de la balance commerciale de l'UE à 27 qui voit son excédent se renforcer. En 2006/07, la balance commerciale de l'UE à 27 avec les pays tiers était largement déficitaire, à - 328 millions d'euros, et, depuis, elle s'est amoindrie année après année pour finalement atteindre un excédent confortable.

L'Italie, avec un niveau légèrement supérieur à la campagne précédente, reste le premier exportateur de l'Union européenne. La France, après avoir été deuxième pays exportateur en 2010/11, est redevenue troisième exportateur malgré une légère augmentation des volumes. La Pologne qui avait connu une chute de ses exportations suite à une mauvaise campagne de production en 2010/11, retrouve donc sa position de second pays exportateur.

Le premier importateur européen reste l'Allemagne avec presque 543 000 tonnes en 2011/12, devant le Royaume-Uni et les Pays-Bas qui respectivement ont importé 466 000 et 275 000 tonnes dans le même temps.

Principaux pays exportateurs			Principaux pays importateurs		
en milliers de tonnes			en milliers de tonnes		
1 ^{er}	Italie	941	1 ^{er}	Allemagne	543
2 ^e	Pologne	814	2 ^e	Royaume-Uni	466
3 ^e	France	697	3 ^e	Pays-Bas	276
4 ^e	Pays-Bas	296	4 ^e	Espagne	202
5 ^e	Belgique	206	5 ^e	France	142
6 ^e	Autriche	118	6 ^e	Belgique	118
7 ^e	Espagne	108	7 ^e	Suède	94
8 ^e	Allemagne	106	8 ^e	Rep. Tchèque	85

Source : douanes des pays cités