

Note de conjoncture

> Analyse économique de la filière Fruits et légumes de FranceAgriMer



• 18 décembre 2012

La situation des fruits et légumes d'automne

Le marché des fruits et légumes d'automne est bien orienté tant en fruits qu'en légumes. En fruits la baisse de production marquée en **pommes** et en **poires** permet des cours élevés. En légumes, le marché du **chou fleur** est actif mais plus problématique en **endive** alors que le marché de la **carotte** est stable.

La récolte de **pommes** française est estimée 30% inférieure à la moyenne des trois dernières années. Ce déficit d'offre face à une demande du marché intérieur plus active que l'année dernière permet une remontée des cours à un niveau d'environ 40% supérieurs à la référence 5 ans.

Comme en pomme, la récolte de **poires** est largement inférieure à celle des années passées. Le manque d'offre caractérise la campagne avec des cours hauts et fermes. Pour certaines variétés comme Doyenne du Comice l'offre est encore plus limitée et seuls quelques circuits proposent le produit.

En **clémentine**, la campagne a débuté début novembre avec une montée progressive des volumes. De nombreuses mises en avant ont été organisées ce qui permet un écoulement régulier des ventes. Quelques problèmes de qualité apparus suites à des fortes pluies qui ont perturbés la récolte n'ont pas eu d'impact sur les ventes. Les cours sont fermes et au dessus de la moyenne.

La campagne **chou fleur** se déroule bien. Depuis début novembre, une baisse de l'offre due à des températures fraîches a fait remonter les cours rapidement ce marché étant très réactif à tout changement d'offre. De plus, la demande est active ce qui permet un bon écoulement.

Le marché de la **carotte** a été très stable ces dernières semaines avec une demande peu dynamique mais

constante. Les cours se situent au niveau de la moyenne 5 ans et n'évoluent pratiquement pas.

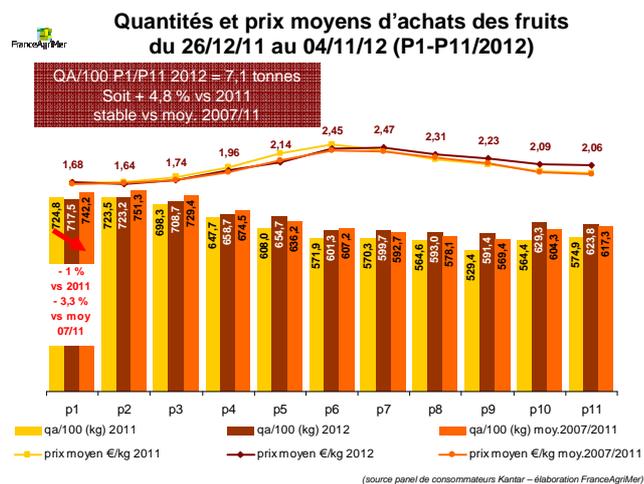
Le marché de l'**endive** a été un peu compliqué. Le mois de novembre est difficile en raison de ventes peu actives et de report de stocks d'une semaine à l'autre. Les cours sont inférieurs à la moyenne. On note une certaine reprise de l'activité début décembre.

Consommation (Source Panel Kantar)

Globalement, les achats de produits frais traditionnels ont enregistré une bonne croissance en 2012, en particulier sur le troisième trimestre, notamment en fruits et légumes qui continuent d'être surconsommés par les seniors et les familles avec grands enfants, et dans les circuits de distribution généralistes (hypers, supers et hard discount).

Fruits

Entre le 26 décembre 2011 et le 4 novembre 2012 (P1 à P11/2012), les quantités de fruits achetées par les ménages français pour leur consommation à domicile ont augmenté de 4,5 % par rapport à 2011, tout en restant au niveau de la moyenne 2007/11.



Comparés à 2011, les principaux indicateurs d'achats de fruits sont en hausse, parmi lesquels le nombre d'acheteurs (88,6 %), le niveau moyen d'achat (34,8 kg par individu), le nombre d'actes d'achats annuels (3,9) et les quantités achetées par actes d'achats (1,9 kg).

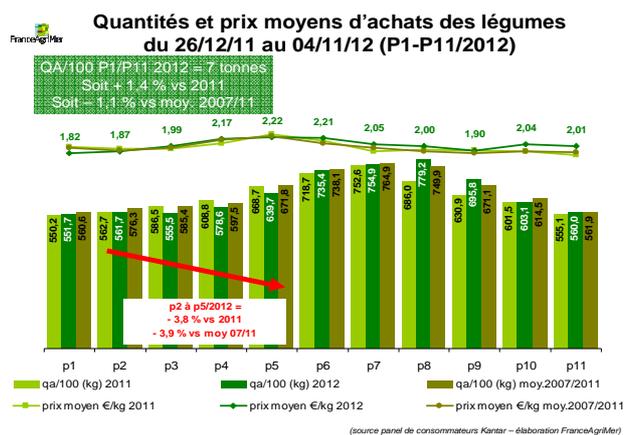
Top achat de fruits de P1 à P11/2012 : pêches/nectarines, pommes, bananes, raisins, oranges.

Légumes

Entre le 26/12/2011 et le 04/11/2012, les achats de légumes des ménages ont représenté 7 tonnes pour 100 ménages, soit 1,4 % de plus qu'en 2011 et 1,1 % de moins qu'en 2007/11.

Comme pour les fruits, le taux de pénétration des légumes augmente par rapport à 2011 (+ 0,8 % à 90,7 %), de même que le niveau moyen d'achat (+ 0,5 % à 77,2 kilos par ménage acheteur) et la fréquence d'achat (+ 0,8 % à 3,9 actes d'achats annuels).

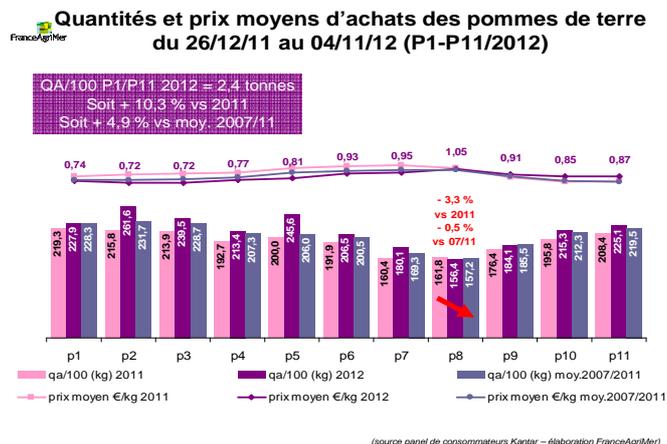
L'île de France et les GMS prédominent également en termes de circuits de distribution et de régions d'achats des légumes.



Top achats de légumes de P1 à P11/2012 : tomates, melons, carottes, courgettes, salades, concombres.

Pommes de terre

Entre P1 et P11/2012, les achats de pommes de terre ont représenté 2,4 tonnes pour 100 ménages, soit + 10,3 % vs 2011 et + 4,9 % vs 2007/11.



A 49,4 kilos par ménage acheteur, le niveau moyen d'achat des pommes de terre augmente de 4,1 % vs 2011, le taux de pénétration de 5,4 % à 45,1 %, la fréquentation des lieux d'achats de 0,3 % à 1,6 actes d'achats annuels) et les quantités achetées par actes d'achats (+ 3,7 % à 2,9 kilos).

Ces variations s'inscrivent dans un contexte de baisse du prix moyen d'achat de 9,6 % vs 2011 à 0,86 €/kg.

Légumes bio

Entre P1 et P11/2012, le pourcentage de ménages acheteurs de légumes bio (*), soit 8,8 %, a augmenté de 1,9 % par rapport 2011, et de 12,2 % par rapport à la moyenne 2007/11.

Cette augmentation du nombre d'acheteurs n'a cependant pas eu de retombées positives sur le niveau moyen d'achat (environ 24 kg de légumes bio par an, soit 10,3 kg/individu), qui enregistre une baisse de 10 % vs 2011 et de 2,7 % par rapport à la moyenne 2007/11.

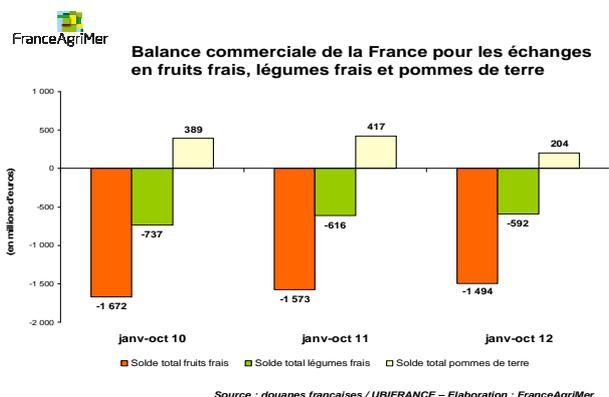
Les GMS restent en tête des lieux d'achats des légumes bio. Cependant, et contrairement aux fruits et aux légumes, les autres circuits représentent des parts de marchés volume non négligeables (21 % pour les marchés, 16 % pour la vente directe et 22 % pour les autres circuits parmi lesquels les grandes surfaces « frais »).

En 2012, le cœur de clientèle des acheteurs de légumes bio reste composé de ménages de « 50/64 ans » de catégorie sociale « moyenne inférieure » vivant en couple, et résidant en région parisienne.

Après une croissance continue depuis 2007, le bio enregistre un ralentissement puisqu'il pèse désormais 4,4 % dans les achats de légumes des ménages, au lieu de 4,8 % sur la même période 2011.

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

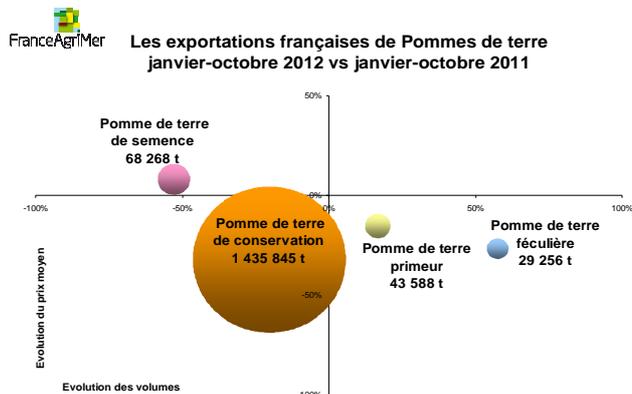
Commerce extérieur



Sur la période allant de janvier à octobre 2012 (mois d'octobre inclus), la balance commerciale française est déficitaire en ce qui concerne les fruits frais (2,69 milliards d'€ d'importations contre seulement 1,20 milliard d'€ d'exportations). Le déficit en légumes frais atteint les 592 millions d'€. À l'inverse, la balance

commerciale française de la pomme de terre est excédentaire (+ 204 millions d'€).

Globalement, la situation des échanges pour les fruits et légumes frais de janvier à octobre 2012 est un peu meilleure que celles des 2 dernières années avec des déficits moins importants. En revanche, la campagne export pour la pomme de terre française est moins favorable qu'en 2010 et 2011. Par conséquent, l'excédent commercial de la France est en recul (-51% vs janvier-octobre 2011).



Source : douanes françaises / UBIFRANCE – Elaboration : FranceAgriMer

Au 10^{ème} mois de l'année 2012, le bilan des exportations de pommes de terre de conservation est moins favorable qu'en 2011. La baisse des volumes exportés (-20 %) s'est accompagnée d'une dévalorisation du produit à l'export (prix moyen à -32 %). Cela s'explique par une baisse de la demande en pommes de terre françaises dans un contexte qui fait suite à une campagne de production européenne élevée.

Focus raisin

La campagne raisin a été bien orientée en 2012. L'offre a été réduite en août, la demande s'active en milieu de mois pour le noir ce qui conduit à des cours fermes. En blanc, la demande est plus réservée mais une concurrence plus limitée de l'Italie permet une stabilité des cours. En septembre les ventes actives et les cours sont élevés. La qualité est idéale pour le frigo. En octobre, les cours se raffermissent car on passe en raisin « frigo » avec une demande toujours active.

Entre le 6 août et le 4 novembre 2012, les achats de raisins des ménages ont représenté 278 kilos pour 100 ménages, soit des quantités achetées en hausse de 5,8 % vs 2011 et en recul de 0,8 % vs 2007/11.

Comparés à 2011, le nombre de ménages acheteurs augmente de 4,7 % et le niveau moyen d'achat (6,4 kg par ménage) de 1,3 %, le nombre d'actes d'achats reste stable, et les quantités achetées par actes d'achats augmentent de 1,3 %. Ces indicateurs, comparés à la moyenne 5 ans, sont également en hausse.

Durant les mois de janvier à octobre 2012, les quantités exportées de raisin de table ont baissé par rapport à 2011 (-9 %) mais dans une moindre mesure que les importations qui, elles, ont fortement diminué (-29 %).

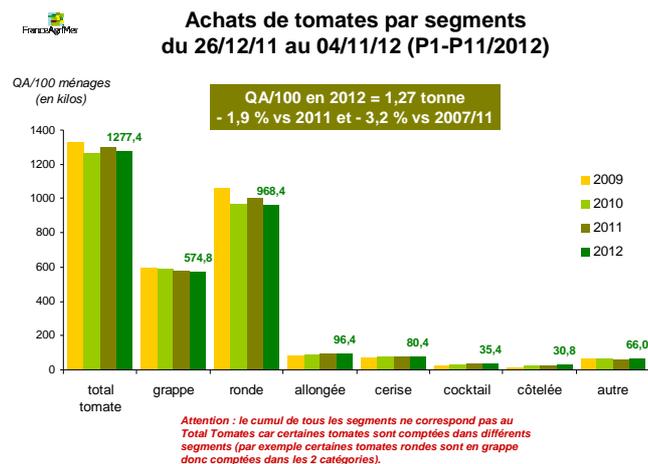
Néanmoins la balance commerciale française reste très déficitaire (-98,5 millions d'€).

Focus tomates

La campagne tomate est globalement satisfaisante. Le début de campagne est difficile en tomate, la demande étant réservée. Le mois d'avril est le plus compliqué avec 3 jours de crise conjoncturelle (la seule période de crise conjoncturelle durant la campagne 2012). A partir de la mi-mai la consommation devient plus active et on observe une remontée des cours qui resteront au dessus de la moyenne jusqu'à septembre.

Les mois de juillet et août (cœur de campagne) sont actifs en termes de ventes avec des cours élevés. La fin de campagne est plus difficile en raison d'une offre plus présente et d'une demande moins intéressée.

Entre P1 et P11/2012, les ménages français ont acheté 1,27 tonne de tomates pour leur consommation à domicile, soit - 1,9 % vs 2011 et - 3,2 % vs 2007/11. Deux périodes de déconsommation sont perceptibles, d'une part, février à juillet, et d'autre part, octobre à novembre.



Par ailleurs, si les achats de tomates apparaissent en recul sur les « grappes », les « rondes » et les « allongées », on observe que les segments « cerise », « cocktail », « côtelée » et « autres », aux volumes certes plus mesurés, progressent.

Par rapport à la même période 2011, sur les mois allant de janvier à octobre 2012, les flux échangés pour la tomate fraîche ont été ralentis. Les exportations ont diminué de 20 % et, dans le même temps, les importations ont reculé de 16 %.

Bien qu'en dessous du niveau de 2010, le prix moyen export a été en progression de 8 % par rapport à 2011. Toujours de janvier à octobre, les importations françaises de tomates ont également été revalorisées par rapport à la même période 2011. Toutefois il est important de rappeler que la campagne 2011, en raison de la crise E.Coli et de la baisse de consommation durant l'été, avait été une mauvaise campagne pour les échanges de tomates en Europe.

Le pruneau

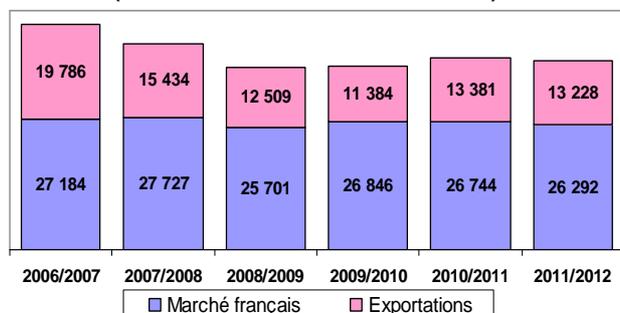
Récolte 2011

Les disponibilités en début de campagne 2011/2012 s'élèvent à 61 844 tonnes de pruneaux converties à 23 % maximum d'humidité. Elles sont composées d'un important stock de début de campagne et d'une courte récolte 2011. En effet, un printemps chaud et sec suivi d'un mois de juillet frais et pluvieux ont entraîné des difficultés de maturation. Ce ne sont finalement que 28 106 tonnes qui ont été livrées par les O.P. aux transformateurs.

La situation difficile rencontrée à l'automne 2010 se poursuit et malgré la faiblesse de la récolte finale, une baisse de 10 % du prix par rapport à l'année précédente a dû être consentie par les producteurs. Les calibres plus petits que 80 ont été peu valorisés.

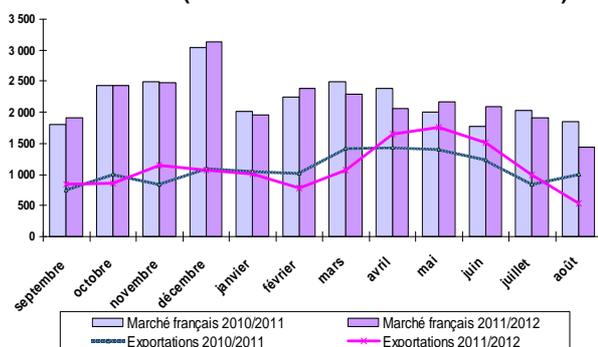
Commercialisation de la récolte 2011

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



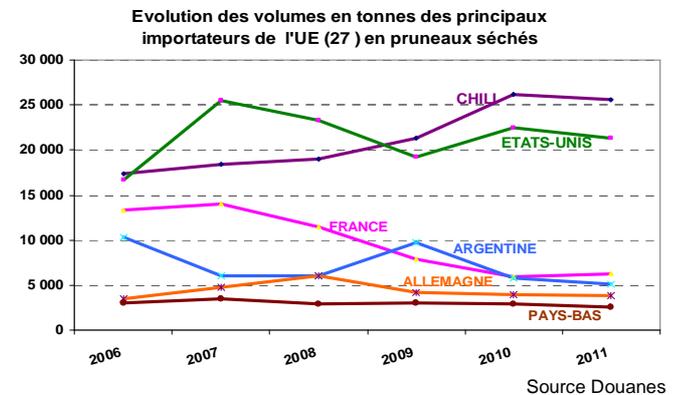
Une lente diminution des ventes s'opère sur le marché français depuis 2007/2008. Entre les deux dernières campagnes, le volume des ventes est relativement stable tant sur le marché intérieur qu'à l'exportation. La redynamisation des ventes qui a fait suite aux deux années de faible récolte en Californie (2004 et 2006) est terminée et les exportations baissent sous la pression des prix offerts par les concurrents chiliens.

Ventes des pruneaux français au cours de la campagne 2011/2012 (tonnes converties à 23 % d'humidité)



Commerce extérieur

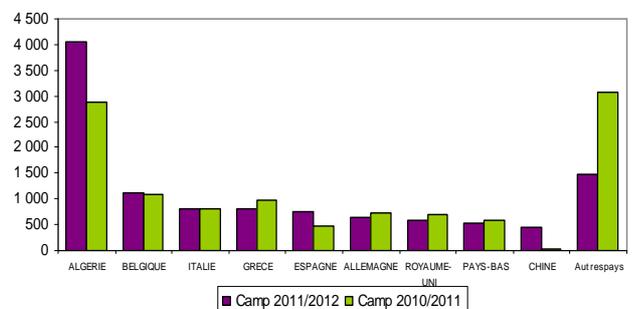
En 2011, les stocks restent limités car les producteurs, particulièrement dans les OP associatives, ont pris la décision de ne pas récolter à cause de la baisse des prix et de l'incertitude sur la valorisation.



Par rapport à la moyenne de 2006/2010, l'approvisionnement de l'UE à 27 en provenance de pays de l'UE est en baisse de 20 % (-40% pour la France), l'Argentine perd 33 % et le Chili progresse de 25 %. Le Chili est devenu le premier pays tiers fournisseur de l'U.E.

A l'entrée de l'UE, les prix moyens d'importation de pruneaux mettent en lumière les écarts de compétitivité entre les 4 principaux pays producteurs que sont les Etats-Unis, la France, le Chili et l'Argentine.

Evolution des exportations françaises de pruneaux séchés sur les deux dernières campagnes (milliers de tonnes)



Entre les deux dernières, les expéditions françaises baissent de 17 % vers l'UE à 27 mais progressent vers les pays tiers et notamment augmentent de 40 % à destination de l'Algérie. Toutefois les prix d'entrée en Algérie décrochent nettement à partir de la campagne 2009/2010 (-30%) en 2 ans. L'inquiétude demeure sur le marché de l'UE. La crise économique qui touche la zone euro engendre une tension sur les marchés. La filière française recule encore sur plusieurs pays voisins où le marché de pruneau est valorisable alors que l'offre des Etats-Unis et du Chili y est compétitive.