

Note de conjoncture

> L'analyse économique de FranceAgriMer



● 9 décembre 2014

La situation des fruits et légumes d'hiver en 2014

Les marchés des fruits et légumes d'hiver subissent les températures douces du mois de novembre. En légumes, la situation est compliquée en **poireau**, **salade d'hiver** et en **chou-fleur**. Les marchés de l'**endive** et de la **carotte** ont des cours à l'équilibre. En fruits, la situation reste mitigée en **pomme** et en **poire** alors qu'elle s'avère plus dynamique en **noix** et en **clémentine**.

Le marché de l'**endive** continue de connaître des rendements inférieurs aux années passées ce qui donne lieu à des apports modérés. On observe de nombreux engagements qui permettent de maintenir un flux d'affaires mais la demande sur le marché libre est timide et les cours baissent malgré la faiblesse de l'offre.

L'activité commerciale en **chou-fleur** est modérée. Les cours sont élevés la première quinzaine de novembre du fait d'apports limités. L'offre augmente fin novembre avec des cours plus souples et en baisse en fonction des jours. La demande n'est pas très active et les prix inférieurs à la moyenne 5 ans.

Le marché du **poireau** reste sous pression de l'import. L'activité est limitée et les cours en baisse depuis le 15 novembre.

Le marché de la **salade** est difficile. Les cours se dégradent à partir du 10 novembre avec un export limité et des disponibilités dans la plupart des régions françaises du fait de températures douces. Les prix sont largement inférieurs à la moyenne quinquennale. Les fortes pluies fin novembre dans le Sud-est de la France provoquent une hétérogénéité en termes qualitatifs. La salade d'hiver est déclarée en situation de crise conjoncturelle le 5 décembre.

Le marché de la **carotte** connaît un certain retour à l'équilibre. Les cours sont remontés au niveau de la moyenne 5 ans après une moitié de campagne où ils étaient inférieurs à celle-ci.

Début de campagne pour la **clémentine** corse. Les ventes sont à deux vitesses en fonction du circuit de commercialisation avec de nombreux engagements de la grande distribution qui activent les ventes et un commerce plus mesuré vers les grossistes. Les cours sont fermes, au dessus de la moyenne quinquennale et au même niveau que ceux de la dernière campagne.

La demande export reste active pour la **noix** face à une offre inférieure aux années précédentes ce qui participe à l'obtention de cours fermes et au dessus de la moyenne 5 ans.

Le marché de la **pomme** reste sur des niveaux de prix inférieurs à la moyenne quinquennale. La concurrence des agrumes commence à se faire ressentir et les pommes « classiques » ont plus de mal à être valorisées face aux variétés club. Le haut de la fourchette de prix a tendance à s'effriter légèrement. L'activité commerciale sur le marché français est correcte, plus difficile pour l'export européen mais le grand export continue à être actif. L'indicateur de marché du RNM qualifie la pomme de sensible.

Le marché de la **poire** d'automne est fluide mais les cours plafonnent en raison de la concurrence belge et de la tendance générale. Les prix à l'expédition sont en très légère augmentation depuis le début du mois de novembre.

Consommation (Source Kantar Worldpanel)

Fruits

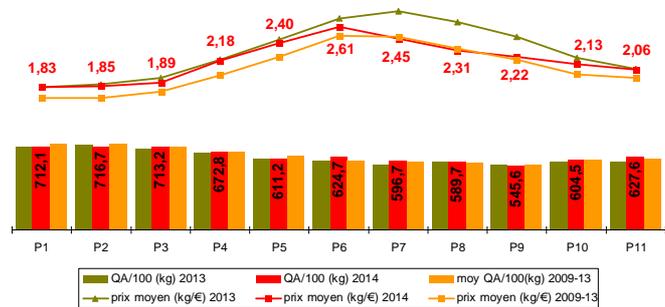
D'après les résultats issus du panel Kantar pour la période du 30 décembre 2013 au 2 novembre 2014 (P1-P11/2014), les achats de fruits frais des ménages français pour leur consommation à domicile augmentent de 1,6 % en volume par rapport à 2013 et restent stables (- 0,3 %) par rapport à la moyenne quinquennale.

Le prix moyen d'achat de ces fruits recule de 4,8 % par rapport à 2013, et augmente de 5,3 % par rapport à la moyenne 2009/13, à 2,16 €/kg.

FRUITS

Evolution des quantités & prix moyens d'achats

QA/100 en P1-P11 2014 = 7 tonnes
Soit + 1,6 % vs 2013
- 0,3 % vs moyenne 2009/13



QA/100 = quantités achetées pour 100 ménages

(source panel de consommateurs Kantar – élaboration FranceAgriMer)

En 2014, les acheteurs de fruits frais, dont le taux de pénétration (99 %) affiche une stabilité par rapport à 2013 et à la moyenne 5 ans, ont augmenté leur niveau moyen d'achat à 70,9 kilos, soit environ 30,8 kilos par individu (+ 1,4 % vs 2013 et - 0,4 % vs 2009/13).

Toujours soucieux de contrôler leurs achats, ces ménages ont augmenté leur fréquence d'achat à 38,7 actes pour la période, soit + 1,5 % vs 2013 et + 1,9 % vs 2009/13, et diminué leur panier moyen de 0,1 % vs 2013 et de 2,2 % vs 2009/13, à 1,8 kilos par acte d'achat, d'où une baisse de 4,9 % vs 2013 de la somme dépensée par acte d'achat, estimée à 4 € (+ 2,9 % vs 2009/13).

En termes de circuits, si les ménages se dirigent majoritairement vers les GMS (grandes et moyennes surfaces) qui pèsent pour 73 % en volume dans leurs achats de fruits, les circuits spécialisés (primeurs, marchés, vente directe etc..), avec 23 % de parts de marché volume, leur ont grignoté 2 points par rapport à 2013, et 1 point vs 2009/13.

Top achat sur les 10 premiers mois 2014 : pomme, banane, orange, pêche-nectarine, clémentine, poire.

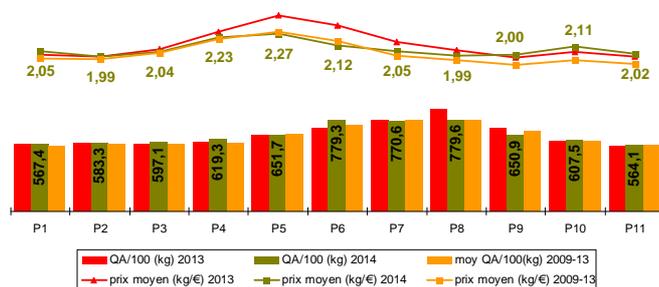
Légumes

Au terme des dix premiers mois de l'année 2014, les achats de légumes des ménages pour leur consommation à domicile affichent une stabilité (- 0,1 %) en volume par rapport à 2013 et une croissance de 1,2 % par rapport à la moyenne quinquennale, dans un contexte de baisse du prix moyen d'achat de 2,7 % vs 2013, à 2,08 €/kg (+ 2,9 % vs 2009/13).

LEGUMES

Evolution des quantités & prix moyens d'achats

QA/100 en P1-P11 2014 = 7,2 tonnes
Soit - 0,1 % vs 2013
+ 1,2 % vs moyenne 2009/13



QA/100 = quantités achetées pour 100 ménages

(source panel de consommateurs Kantar – élaboration FranceAgriMer)

Si les acheteurs de légumes sont aussi nombreux qu'en 2013 (+ 0,1 %) et que sur la moyenne 5 ans (+ 0,2 %), avec 99,3 % de pénétration, leur niveau moyen d'achat, contrairement à celui observé en fruits, diminue légèrement par rapport à 2013 (- 0,3 %), et augmente de 1 % par rapport à 2009/13, à 72,2 kilos, soit environ 31,4 kilos par individu.

En 2014, la fréquence d'achat de légumes par les ménages reste stable par rapport à 2013, à 40,9 actes (+ 2,8 % vs 2009/13), le panier moyen diminue à 1,8 kg (- 0,2 % vs 2013 et - 1,7 % vs 2009/13), et les sommes dépensées par acte d'achat, soit 3,7 €, reculent de 2,9 % vs 2013, tout en restant supérieures de 1,1 % par rapport à la moyenne quinquennale.

S'agissant des circuits, si les primeurs pèsent désormais pour 10 % en volume dans les achats, en récupérant 1 point de part de marché volume au détriment des supermarchés, la grande distribution reste la grande gagnante via ses circuits généralistes qui absorbent 72 % du volume d'achat des légumes des ménages pour leur consommation à domicile.

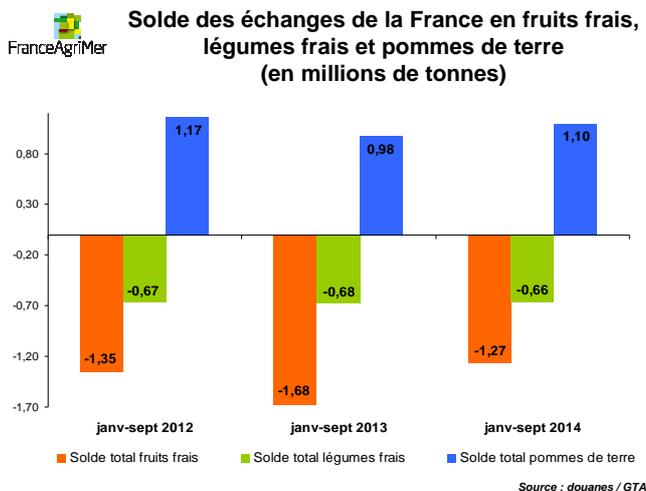
Top achat sur les 10 premiers mois 2014 : tomate, carotte, melon, courgette, salade, oignon, endive.

Commerce extérieur

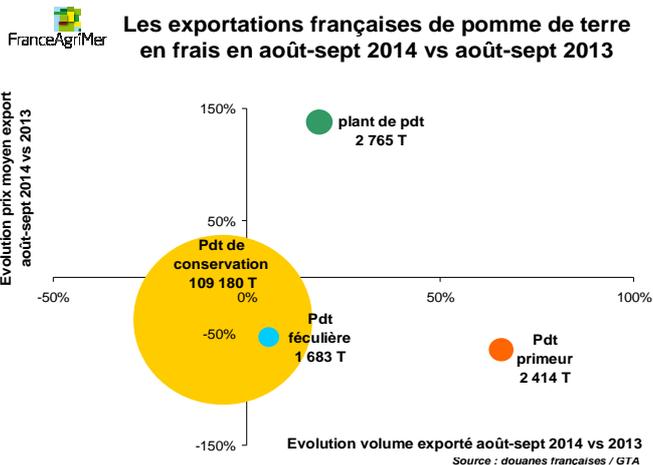
Sur les 3 premiers trimestres de 2014, le déficit commercial observé est plus élevé que les années précédentes pour les légumes frais (-619 millions d'euros, soit +5 % vs 2013). Cette aggravation du déficit n'est pas due au niveau des volumes échangés puisque le solde des échanges est moins négatif que les années précédentes (-661 000 tonnes). Cette hausse du déficit commercial est plutôt due à la moindre valorisation des exportations. Le prix moyen à l'export est effectivement en recul pour la plupart des légumes.

A l'inverse, sur cette période le déficit commercial en fruits frais s'est nettement réduit (-1,47 milliard d'euros, soit -17 % vs 2013). Le solde des échanges s'est en effet amélioré puisqu'il a représenté -1,27 million de tonnes sur janvier-septembre 2014, contre -1,68 million de tonnes en 2013 et -1,35 million de tonnes en 2012. Cette amélioration par rapport à 2013 s'explique essentiellement par un retour à une situation « habituelle » pour les échanges en pomme de table.

Dans le même temps, l'excédent des échanges commerciaux de la France en pomme de terre, qui s'élève à plus de 228 millions d'euros, est en net recul par rapport à la période janvier-septembre 2013 (-26 %).



La nouvelle campagne de pomme de terre 2014/15, sur le cumul d'août et septembre 2014, semble connaître un mauvais démarrage avec un fort recul des prix à l'export, que cela soit pour la pomme de terre de conservation (-38 %) ou la pomme de terre féculière (-54 %). Seuls les plants connaissent une amélioration de leur prix à l'export (+138 %). Par ailleurs, la pomme de terre de conservation qui représente la grande majorité des exports, connaît une baisse des quantités exportées par rapport à 2013 (-6 %), mais aussi par rapport aux années précédentes. La surproduction observée en Europe lors de la dernière récolte explique en partie les difficultés pour la France à exporter à des volumes et à des prix satisfaisants.

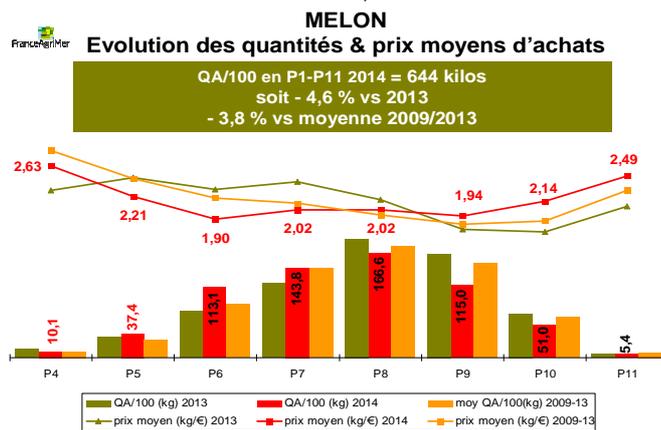


Focus melon

La campagne démarre avec des prix bas du fait d'une forte concurrence de l'Espagne et le melon est déclaré en situation de crise conjoncturelle au mois de juin. Les rendements dans les différentes régions productrices sont inférieurs aux campagnes précédentes et l'offre est limitée. L'activité commerciale est ainsi mesurée face à une demande timide. Les cours sont au dessus de la moyenne et de la campagne 2013 à partir de juillet et jusqu'à la fin de campagne.

En termes d'achats de melon par les ménages pour leur consommation à domicile, les indicateurs fournis par Kantar pour la période du 30/12/2013 au 2/11/2014 (P1-P11/2014) indiquent une légère perte d'acheteurs (-1,2 % vs 2013 et -1,2 % vs 2009/13) avec un taux de pénétration de 77,3 %, une baisse du niveau moyen d'achat à 3,6 kilos environ par individu (-3,4 % vs 2013 et -2,6 % vs 2009/13) et un allègement du panier moyen à 1,2 kg (-1 % vs 2013 et -1,7 % vs 2009/13).

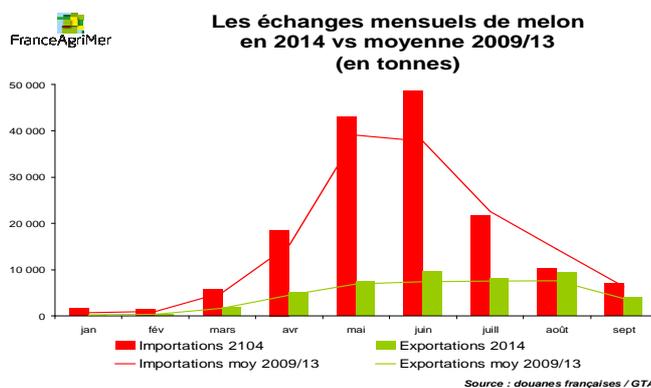
Le budget moyen des ménages pour leurs achats de melon diminue, au final, de 6,7 % par rapport à 2013 à 16,8 € pour la période, dans un contexte où le prix moyen d'achat affiche une baisse de 3,4 % vs 2013.



Les ménages de plus de 65 ans, cœur de clientèle du melon avec 39 % de PDM volume dans les achats, confirment leur présence avec un gain de 4 points de parts de marché volume par rapport à la moyenne cinq ans.

En termes de circuits de distribution, et si la tendance reste à la fréquentation des GMS, on observe que le poids des marchés dans les achats de melons (19 % en volume) dépasse celui du total des fruits (13 % de PDM volume). Par ailleurs, le bio pèse pour 2 % en volume dans les achats de melons.

Au niveau des échanges, sur la période allant de janvier à septembre 2014, la campagne est marquée par une hausse des quantités de melons exportés (+15 %, soit 46 000 tonnes) et importés (+11 %, soit 158 000 tonnes) par rapport à la moyenne quinquennale. Le déficit commercial de la France reste nettement élevé : -86 millions d'euros et -112 000 tonnes environ.



Les principales provenances des melons importés par la France sont l'Espagne (63 % des volumes) et le Maroc (24 %).

La pomme transformée (source AFIDEM)

La quantité de pommes utilisée par les transformateurs est estimée en 2013 à 375 000 tonnes.

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

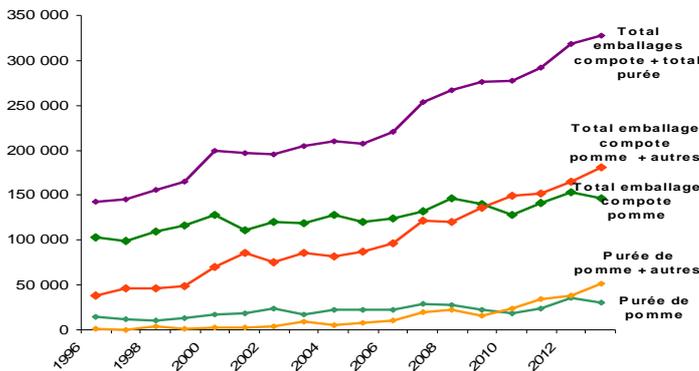
Produits transformés	Tonnage de pommes utilisé en tonnes 2013
Concentrés	Production variable en fonction de la conjoncture estimée à quelques milliers de tonnes
Desserts de fruits : compotes, purées et baby-food	270 000
Pur jus (y compris origine filière cidricole)	65 000
Pommes à peler : surgelés, désydratés, 4 ^{ème} et 5 ^{ème} gammes)	40 000
Total	375 000

Estimation à partir AFIDEM, ADEPALE, UNIJUS,

Les compotes

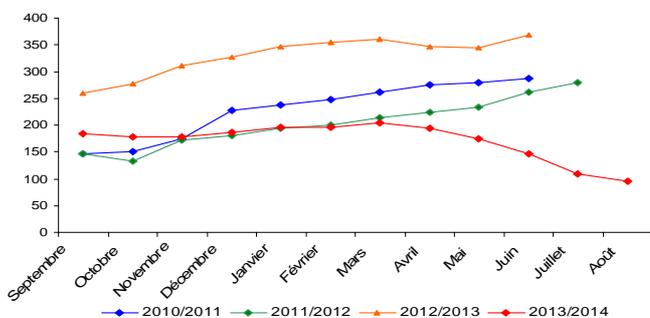
En 2013, les fabrications industrielles de compote de pommes et purée de fruits se répartissent entre les compotes pur pomme (147 011 tonnes net) et les mélange pommes plus fruits (180 285 tonnes net) pour un total de 327 296 tonnes net.

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



Le conditionnement de ces fabrications (pur pomme et mélange) se répartit comme suit : purée 25 %, coupelles 38 %, gourde 25 % et autres emballages 12 %.

Moyenne des cotations RNM destination compote**



**moyenne arithmétique des cotations publiées par le SNM : Golden Sud-Ouest, Val de Loire et Sud-Est

Le cours du marché vers la transformation s'est établi en début de campagne sur des bases comprises entre 170 et 190 €/tonne. L'offre étant soutenue, le marché a été orienté à la baisse importante à partir du mois d'avril 2014. Les prix de fin de campagne à partir de juin ont atteint des niveaux historiquement très bas, inférieurs à 100 €/tonne.

Jus de pomme conditionnés

Le marché vers la destination jus, contrairement aux prévisions a été également orienté à la baisse, avec un prix du concentré sur le marché mondial qui est resté bas, avec une tendance globale baissière.

Le cours de la pomme pour la destination jus a été orienté à la baisse dès le début de campagne pour atteindre également des niveaux de prix historiquement très bas en fin de campagne (35/40 €/tonne).

En termes de consommation en France, l'ensemble jus de pomme (y compris nectars) représente en 2013, 136,62 millions de litres, soit 9,76 % de part de marché (PDM). C'est le deuxième parfum derrière l'orange (669,37 millions de litres soit 47,83% de PDM, mais loin devant le 3ème parfum (ananas 44,24 millions de litres soit 3,16% de PDM).

Le jus de pomme est en baisse de 2,04% alors que l'ensemble des jus de fruits est en baisse de 2,44 % versus 2012.

Il n'y a pas de production significative de concentré en France, au niveau mondial, la Chine est l'acteur principal sur le marché

La France est largement importatrice de jus de pomme. En 2013, on constate un important déficit en échange de jus de pomme avec un solde négatif de plus de 127 000 tonnes. Près de la moitié des importations proviennent d'Allemagne, 24 % d'Italie et 6 % des Pays-Bas.

Pommes à cidre (source : syndicat national des transformateurs cidricoles)

Les réceptions en usines s'élèvent en 2013 à 228 143 tonnes.

Le centre technique des productions cidricoles (CTPC) a estimé la commercialisation de la production de pomme à cidre par produit fini :

Cidre : 160 000 tonnes

Calvados : 36 000 tonnes

Jus de pomme, vinaigre de cidre : 50 000 tonnes

En 2013, les ventes de cidre en grande distribution (hypermarchés, supermarchés et hard discounts français et étrangers) représentent 524 milliers hl de cidre pour un chiffre d'affaires de 119,1 millions €. Le marché est en décroissance volume sur le long terme, toutefois cette perte est moins marquée cette année que l'année passée.

Ont contribué à ce numéro : unité Culture et filières spécialisées / unité Cotations et informations de conjoncture / direction Marchés, études et prospective