

CONJONCTURE FRUITS ET LÉGUMES



● 21 septembre 2021

La situation des fruits et légumes d'été en 2021

La saison estivale 2021 a été marquée par une météo mitigée sur l'ensemble du territoire. Si le Sud-Est a bénéficié d'un bon ensoleillement et de températures parfois caniculaires, la météo a souvent été pluvieuse et fraîche sur la grande moitié Nord du pays. Ces conditions climatiques n'ont pas été favorables à la consommation des produits estivaux, dont la plupart ont présenté une offre limitée suite au gel d'avril ou encore aux pluies de juin et juillet. Ainsi, bien que la demande ne présente pas un fort engouement pour ces produits, l'offre limitée en **concombre**, **tomate** et **salade** permet de maintenir des cours stables. En septembre en revanche, les disponibilités augmentent, déséquilibrant le marché. Concernant les fruits, le gel d'avril a fortement réduit l'offre, notamment en **prune** et en **poire**. Cela entraîne des ventes fluides, malgré une consommation parfois peu intéressée. En **melon**, malgré une offre restreinte également, la demande n'est que peu présente. La météo instable peut en partie expliquer ce manque de commandes mais c'est un réel recul de consommation que subit la filière. En **raisin**, les volumes sont faibles. Au cours du mois d'août la demande se tourne progressivement vers le produit. Les acheteurs sont intéressés et le commerce est stable.

Début août les volumes de productions sont restreints pour les **tomates**. Les plants subissent les effets de la météo maussade des dernières semaines (pluie, basses températures et manque d'ensoleillement). La météo estivale et les températures caniculaires qui s'installent brièvement à la mi-août boostent la demande. Le marché s'oriente différemment selon les segmentations. Par la suite, la météo se dégrade de nouveau, ralentissant ainsi la consommation. L'offre s'étoffe mais reste modérée pour la période. L'amélioration des conditions climatiques début septembre permet une hausse globale de l'offre nationale. En cette période de rentrée, la consommation n'est pas intéressée par le produit et la demande est faible. L'offre s'écoule plus ou moins difficilement en fonction des disponibilités dans chaque segmentation. A la mi-septembre, les disponibilités sont en baisses notamment dans le Sud-Ouest et le Sud-Est. La pression de l'offre est donc moindre. La demande

s'améliore avec la remontée des températures à la fin de la semaine 36.

Début août, les stocks de **concombre** accumulés par manque de débouchés durant le mois précédent pèsent sur le commerce, malgré le retour d'une météo ensoleillée. De plus les acheteurs restent très prudents, la météo changeante et la période de vacances diminuant l'activité en rayons. L'offre s'écoule difficilement et les stocks se forment. Le concombre est placé en prix anormalement bas le 20 août, puis en crise conjoncturelle le 26 août. Début septembre, malgré une offre nationale en baisse, le marché reste lent. Les stocks accumulés et la demande toujours peu motivée maintiennent un marché peu dynamique. Par la suite l'amélioration des conditions météo et les promotions mises en place permettent de dynamiser la consommation. La demande augmente significativement et les stocks se résorbent. Le produit sort de crise le 9 septembre.

La météo mitigée sur l'ensemble du territoire durant la période estivale entraîne une offre en **salade** limitée sur toute cette période. La production évolue peu avec des conditions météo qui varient régulièrement dans les bassins de productions. En parallèle, la demande est bonne, notamment dans les zones touristiques. Les cours se maintiennent. En septembre, la production augmente avec la hausse des températures et la demande ne suffit pas à absorber l'offre globale. La réouverture des collectivités permet de nouveaux débouchés mais des concessions de prix sont faites pour fluidifier les ventes.

En semaine 32, la météo estivale permet de soutenir les ventes de **prune** mais comme habituellement à cette période la demande ne se montre pas très dynamique. Le commerce apparaît plus soutenu par la suite. L'offre variétale continue d'évoluer avec l'arrivée de la Président, la Grenadine et des volumes plus conséquents de Reine-Claude Bavay et TC-Sun à la fin août. La demande est présente mais sans engouement pour le produit, la consommation étant faible, comme pour la majorité des produits saisonniers. Les volumes encore limités permettent de conserver un marché stable. En septembre, avec le retour des vacanciers, le marché conserve un bon

dynamisme. La demande est bien présente et les ventes sont fluides. Les cours sont stables.

Les premières récoltes de **poire** débutent tardivement. Les vergers ont fortement été impactés par le gel d'avril (en pleine période de floraison) et les pluies et températures basses qui perdurent depuis juin n'ont pas permis un bon développement des fruits. Ainsi les premières estimations affichent des volumes en baisse de 70 % par rapport à une année moyenne en Guyot et William (d'après l'ANPP). En septembre les volumes s'étoffent à l'offre avec l'arrivée de la William mais restent très limités. La demande est bonne et intéressée. Les ventes sont fluides et les cours sont fermes.

En **raisin**, le Chasselas et le Dallas débutent et le Muscat de plein champ prend la place du sous-abri fin août. La demande s'intéresse peu à peu au produit à mesure de l'avancée de la campagne. L'offre modeste permet des ventes fluides. L'arrivée des volumes de Lavallée et de Chasselas dynamise la demande. Les apports progressent lentement et devraient être plus conséquents à partir de la semaine. La campagne se poursuit en septembre avec la baisse des volumes en Danlas et l'arrivée progressive de l'AOP Chasselas de Moissac. La demande est bonne et l'offre ne suffit pas toujours à satisfaire l'ensemble des commandes. Les mises en frigos se poursuivent et permettent de gérer l'offre sur le marché du frais si nécessaire. Les cours sont stables.

Achats Fruits et Légumes Frais pour la consommation à domicile

De janvier à juillet 2021

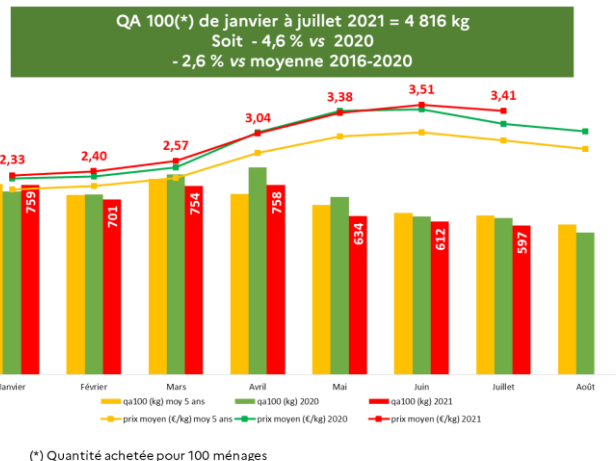
Source : Kantar Worldpanel pour FranceAgriMer/Interfel/CTIFL/CNIPT/AIB

Fruits Frais

Sur le cumul de janvier à juillet 2021, les achats de fruits frais par les ménages français pour leur consommation à domicile, se sont élevés à 4,8 tonnes pour 100 ménages. Les achats ont été en baisse de 4,6 % par rapport 2020 et de 2,6 % par rapport à la moyenne 2016-20.

La faible et tardive production nationale de fruits d'été est un élément à mettre en lien avec la baisse des achats de fruits observée à partir du mois de mai. De plus, l'effet météo a également été défavorable à la consommation de produits saisonniers comme les fruits d'été qui ont enregistré un repli de 13 % par rapport à 2019.

FRUITS FRAIS Évolution des quantités & prix moyens d'achats



Source : Kantar Worldpanel

Par grande catégorie de fruits, tous les indicateurs d'achats des fruits dits « métropolitains » et des agrumes ont été en recul, entraînant une baisse des quantités achetées d'environ 5 % par rapport à 2019, quand ceux des fruits exotiques ont été à la hausse, entraînant une augmentation des quantités achetées de 5,1 %. La bonne performance des fruits exotiques est notamment portée par la hausse des achats de banane (66 % des volumes d'achat des fruits exotiques) qui est le 1^{er} fruit acheté sur le cumul de janvier à juillet 2021, passant devant la pomme en recul.

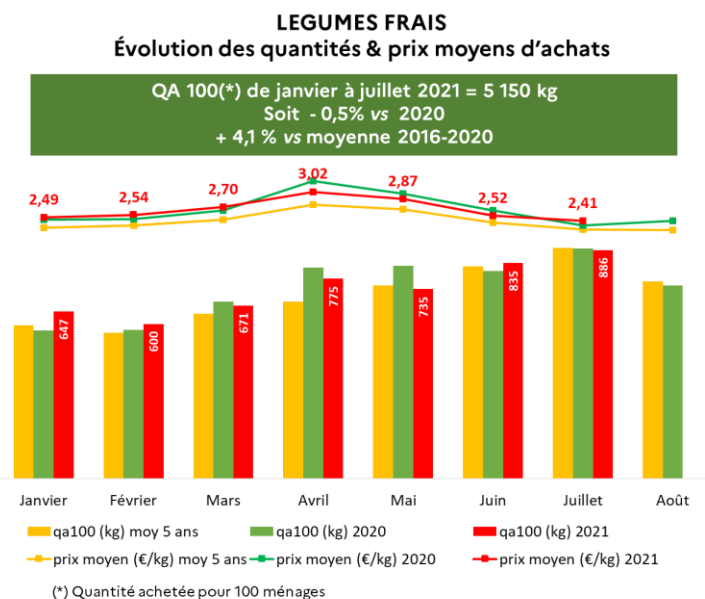
	Quantité achetée pour 100 ménages		
	Janvier à juillet 2021 (kg)	Evol 21 vs 19 (%)	Evol 21 vs 20 (%)
Banane	886,0	4,6	0,0
Pomme	836,5	-1,4	-13,3
Orange	732,1	-6,8	-9,0
Clementine Et Mandarine	425,9	-2,7	7,8
Pêche/nectarine	294,6	-13,7	-12,5
Fraise	235,7	-1,9	7,0
TOTAL FRUITS	4815,5	-2,2	-4,8

Source : Kantar Worldpanel

Légumes Frais

Au contraire des fruits frais, de janvier à juillet 2021, les volumes d'achats des légumes frais ont été relativement stables par rapport à 2020 et en hausse de 4,1 % par rapport à la moyenne 2016-20. En effet, les Français ont acheté, pour leur consommation à domicile, 5,1 tonnes de légumes pour 100 ménages. Cette hausse des achats de légumes frais, contrairement aux fruits frais, est à mettre en relation avec le report d'une partie de la consommation hors domicile vers le domicile. La place importante des légumes frais au sein des repas des Français à

domicile, déjà observée en 2020, semble perdurer sur ces 7 premiers mois de 2021 avec une croissance des plats à base de légumes comme les soupes, ratatouilles, purées et gratins.



Source : Kantar Worldpanel

De janvier à juillet 2021, les légumes les plus achetés ont été dans l'ordre : la tomate, la carotte, la courgette, le melon, la salade et le concombre.

	Quantité achetée pour 100 ménages		
	Janvier à juillet 2021 (kg)	Evol 21 vs 19 (%)	Evol 21 vs 20 (%)
Tomate	840,8	2,9	0,6
Carotte	525,3	6,1	-5,1
Courgette	333,8	10,3	-1,2
Melon	372,6	-6,3	1,7
Salade	295,9	8,2	0,2
Concombre	291,3	6,0	1,0
TOTAL LEGUMES	5152,0	5,1	-0,5

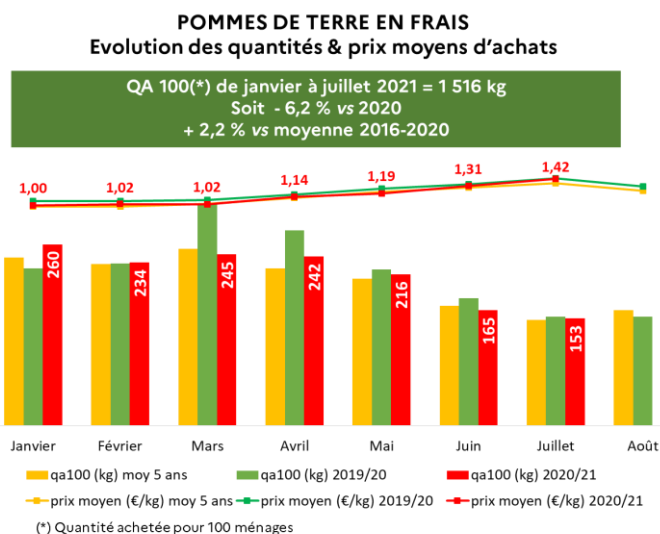
Source : Kantar Worldpanel

Pommes de terre en frais

Après avoir connu un pic d'achats en mars 2020, les achats de pommes de terre fraîches par les ménages pour leur consommation à domicile de janvier à juillet 2021 ont reculé de 6,2 %, par rapport à 2020. Toutefois, les achats ont augmenté par rapport à la moyenne 2016-2020, de 2,2 %.

Sur l'ensemble de la campagne 2020/21, les achats de pomme de terre en frais se sont élevés à 2,6 tonnes pour 100 ménages, soit une baisse de 1,3 % par rapport

à la campagne précédente mais en hausse de 2,3 % par rapport à la moyenne 2016-20.



Source : Kantar Worldpanel

Achats de Fruits et Légumes Transformés pour la consommation à domicile

1^{er} semestre 2021

Source : Kantar Worldpanel pour FranceAgrimer/ UNILET/ GIPT/ CNIPT/ ANICC

Fruits transformés

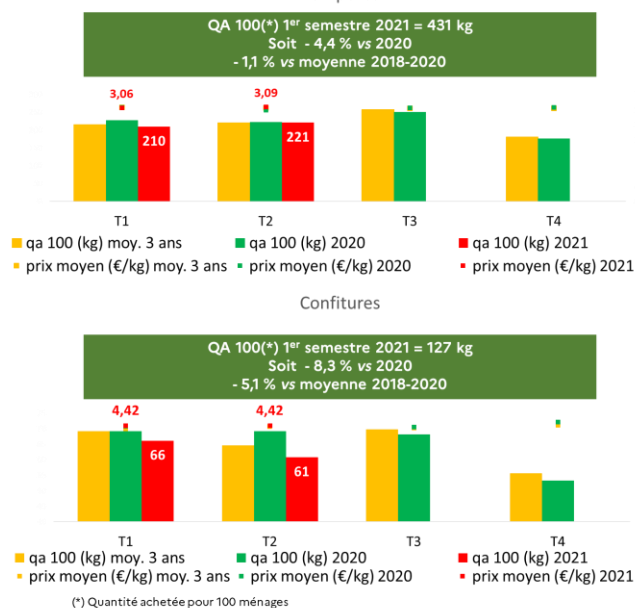
Les achats de **compotes** pour la consommation à domicile sur le 1^{er} semestre 2021 ont été de 431 kg pour 100 ménages, soit une baisse de 4,4 % par rapport à 2020 et de 1,1 % par rapport à la moyenne 2018-20.

Cette baisse est également constatée pour les achats en volume de **confitures**. Avec 127 kg achetés pour 100 ménages sur les 6 premiers mois de l'année 2021, ils ont diminué de 8,3 % par rapport à 2020 et de 5,1 % par rapport à la moyenne 3 ans.

Les achats de confitures ont été davantage pénalisés par une baisse de clientèle quand ceux de compotes ont connu une baisse de leur niveau d'achat.

FRUITS TRANSFORMES

Evolution des quantités & prix moyens d'achats



Source : Kantar Worldpanel

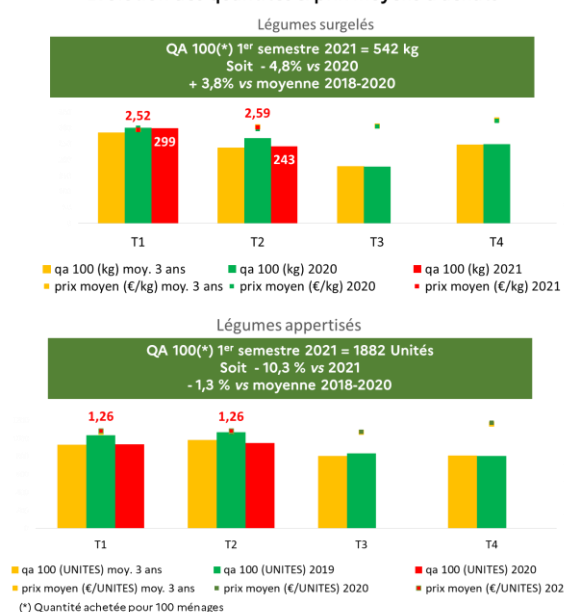
Légumes transformés

Après une hausse des achats au cours du 2^{ème} trimestre 2020, les achats de **légumes surgelés** pour la consommation à domicile sur le 1^{er} semestre 2021 ont été en recul de 4,8 % par rapport à 2020, à 542 kg pour 100 ménages. Cependant, dans un contexte de fermeture d'une partie de la RHF de janvier à mai 2021, les achats de légumes surgelés ont été en progression de 3,8 % par rapport à la moyenne 2018-20.

En revanche, pour les achats de **légumes en conserve**, ce phénomène n'a pas été visible puisque les achats ont reculé de 10,3 % par rapport à 2020 et de 1,3 % par rapport à la moyenne 3 ans.

LEGUMES TRANSFORMES

Evolution des quantités & prix moyens d'achats



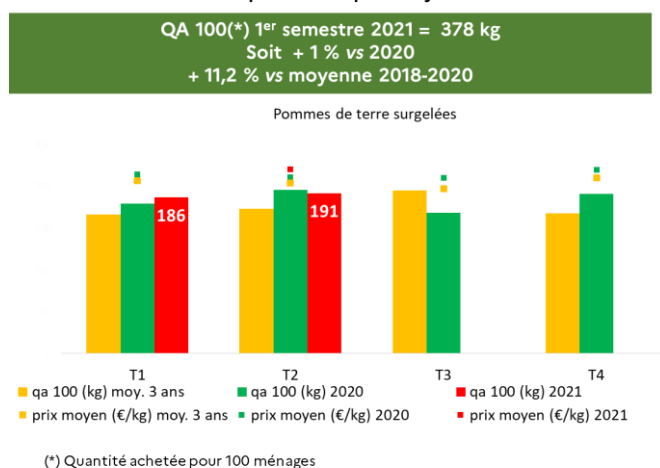
Source : Kantar Worldpanel

Pommes de terre transformées

Les achats de **pommes de terre surgelées** sur le 1^{er} semestre 2021 pour la consommation à domicile ont atteint 378 kg pour 100 ménages. Dans un contexte de fermeture d'une grande partie de la RHF sur le 1^{er} semestre 2021, les achats de pommes de terre surgelées ont été en progression de 1 % par rapport à 2020 et de 11,2 % par rapport à la moyenne 2018-2020.

POMMES DE TERRE TRANSFORMEES

Evolution des quantités & prix moyens d'achats



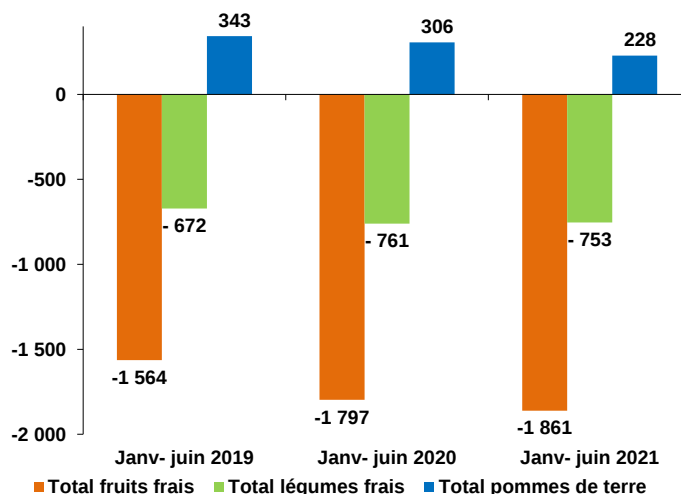
Source : Kantar Worldpanel

Toutefois, le secteur des pommes de terre transformées, comme celui des légumes transformés, ont été pénalisés par les pertes liées aux arrêts et ralentissements d'activité de la RHF au cours du 1^{er} semestre 2021.

Commerce extérieur

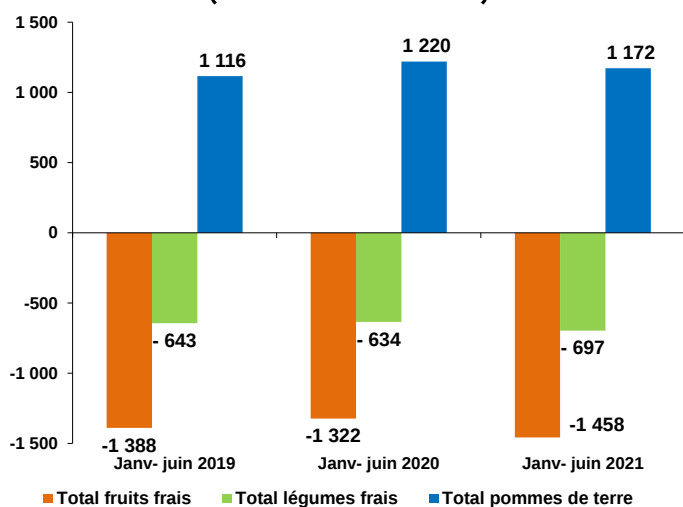
Premier semestre 2021 (janvier-juin 2021)

Balance commerciale de la France en fruits frais, légumes frais et pommes de terre (en millions d'euros)



Source : Douane française

Solde des échanges de la France en fruits frais, légumes frais et pommes de terre (en milliers de tonnes)

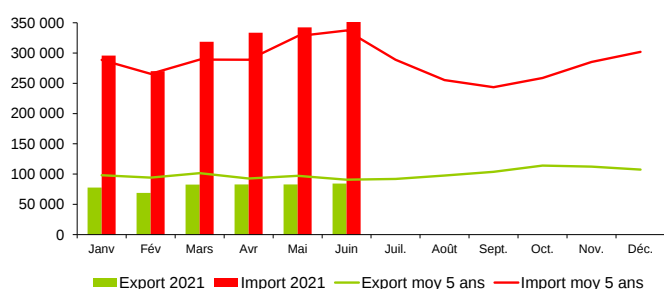


Source : Douane française

Fruits

Durant le premier semestre 2021, le déficit du solde des échanges en volume de la France en fruits frais a augmenté (+ 10 % vs 2020). En revanche, le coût unitaire ayant été moins élevé que l'année précédente (effet du confinement du printemps 2020), l'augmentation du déficit de la balance commerciale est moins accentuée en valeur (+ 4 % vs 2020).

Importations et exportations de fruits frais durant le premier semestre 2021



Source : Douane française

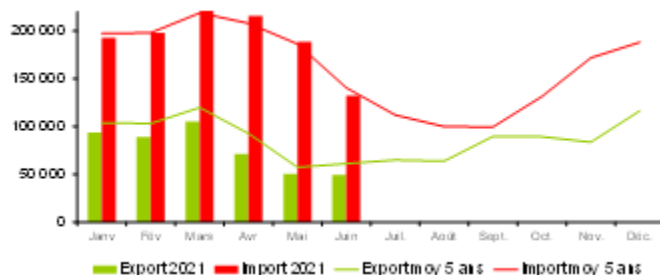
Au premier semestre 2021, les importations de fruits frais sont en légère hausse en volume (+ 8 % vs moyenne 5 ans).

Les quantités exportées connaissent, quant à elles, un recul (- 16 % vs moyenne 5 ans), dû en grande partie à la diminution des exportations de pommes au premier trimestre (notamment à destination des pays tiers, surtout vers le Proche-Orient ou l'Asie) dans le prolongement du début de la campagne 2020/21.

Légumes

Le déficit du solde des échanges en volume au 1^{er} trimestre a augmenté (+ 10 % vs moyenne 5 ans) pour les légumes frais. Mais avec la diminution des prix, le déficit commercial s'est très légèrement résorbé (-1 %).

Importations et exportations de légumes frais durant le premier trimestre 2021



Source : Douane française

On observe une relative stabilité des importations en volume de légumes frais au premier semestre 2021 vs la moyenne 5 ans (+ 1%).

Les exportations sont quant à elles en recul en volume (- 9 % vs moyenne 5 ans), c'est notamment le cas des carottes et oignons à destination des pays voisins européens.

Pommes de terre

Les pommes de terre, au premier semestre 2021, ont vu leurs volumes exportés reculer (1,3 million de tonnes, soit - 4 % vs moyenne 5 ans), Mais surtout ces exportations se sont faites à des prix inférieurs (-24 % en valeur). C'est notamment le manque de débouchés vers la transformation, en raison des fermetures répétées des cafés-hôtels-restaurants dans la plupart des pays européens, qui ont entraîné un retrait de la demande. Cela a eu pour conséquence une pression à la baisse pour les prix à l'export.