



LA TOMATE EN 2013

>>> BILAN DE CAMPAGNE

Une deuxième partie de campagne décevante

Les mauvaises conditions météo du printemps retardent l'entrée en production de la tomate par rapport au calendrier habituel. Au mois d'août, un afflux massif de produit entraîne une forte dégradation du marché qui perdure jusqu'à la fin de campagne.

Faits marquants

Du Sud vers l'Ouest

Les surfaces sur l'ensemble du territoire sont stables par rapport à 2012. Cette stabilité ne change pas la tendance récurrente observée depuis 5 ans.

La baisse des surfaces dans le Sud-Est et la progression de celles-ci dans l'Ouest sur une période de 5 ans atteignent respectivement : -17 % pour le Sud-Est et +7 % pour l'Ouest. Et en termes de production, toujours sur 5 ans, Agreste* annonce une baisse de 25 % dans le Sud-Est et une hausse de 9 % dans l'Ouest (*Service de la Statistique et de la Prospective du Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt).

Un printemps tardif ressenti jusqu'à l'automne

Le retard pris par les productions sur l'ensemble du territoire suite au printemps exceptionnellement frais a des conséquences jusqu'à l'automne.

La production nationale est plus importante qu'à l'habitude à partir du mois d'août et cette tendance perdure jusqu'en fin de campagne. Les jardins familiaux sont également plus présents et pèsent certainement sur les marchés.

Des échanges et une balance commerciale sans évolution sensible

Les niveaux des échanges demeurent stables par rapport à la campagne précédente.

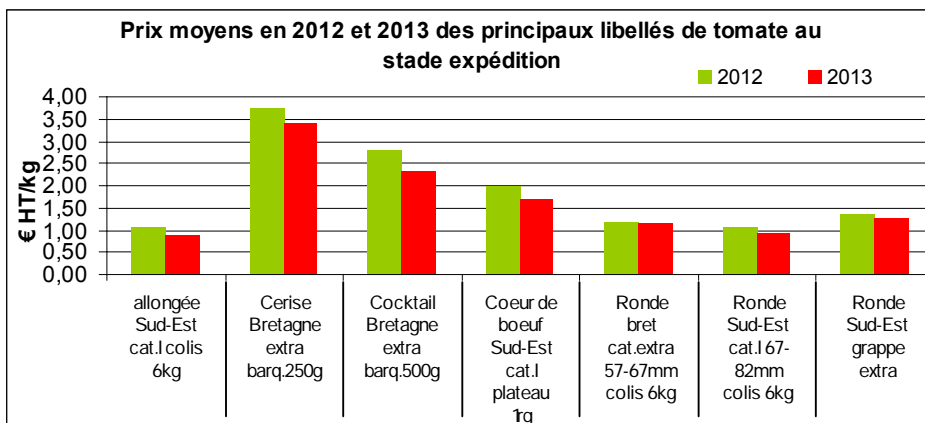
Quelques nuances sont tout de même à souligner. Les importations sont plus importantes en 2013 qu'en 2012, sur les mois de mars à septembre à l'exception de juin. La tendance est la même pour les exportations.

Un décrochage des prix en « petits fruits »

L'augmentation des surfaces de production des petits fruits et la forte présence des produits d'importations intra-européens et du Maroc expliquent en grande partie ce décrochage.

En tomate cerise barquette 250 g, le prix moyen expédition par campagne de 2008 à 2012 était de 3,76 €/kg ; il est de 3,38 €/kg en 2013.

En tomate cocktail barquette 500 g, le prix moyen par campagne de 2008 à 2012 était de 2,69 €/kg ; il est de 2,36 €/kg en 2013.



L'ensemble des principales variétés et présentations sur les deux grandes régions de production offrent des prix systématiquement en dessous de la campagne précédente.

SOMMAIRE

- Déroulement de la campagne page 2
- D'une campagne à l'autre page 3
- Production nationale page 4
- Consommation nationale en frais page 4
- Le commerce extérieur de la France page 6
- Bilan européen page 7



FranceAgriMer



Déroulement de la campagne

Mars

Production en retard

Début mars, la campagne tomate débute dans le Sud-Est avec quelques jours de retard et des volumes moindres que l'an passé. L'offre se compose essentiellement de cœur de bœuf et de grappe. Les variétés dites « petits fruits » sont également présentes. Les cours sont « corrects » pour les producteurs, et même supérieurs à ceux de 2012 à la même période. Ils baissent, en cœur de bœuf, au milieu du mois en raison d'une offre plus présente dans l'Ouest de la France. Dans le Sud-Est, les volumes évoluent peu, alors que dans l'Ouest, ils progressent plus vite. En fin de mois, quelques actions promotionnelles sont mises en place à l'approche du week-end pascal, mais les conditions météorologiques sont alors peu propices à la consommation.

Avril

Marché équilibré

Le marché est équilibré avec des niveaux de prix largement supérieurs à la campagne précédente en grappe et ronde. L'offre nationale est en fait inférieure à la normale saisonnière. L'effet du printemps très tardif de 2013 est sensible. Les producteurs annoncent une baisse de production pouvant aller jusqu'à 2 kg de moins au m². Les principales enseignes de la grande distribution proposent des engagements en grappe et en cœur de bœuf tout au long du mois. Ces accords de prix, souvent promotionnels, sont attractifs au détail et participent également à l'équilibre du marché. Les circuits de grossistes et la clientèle locale sont moins privilégiés et achètent ce qui reste en disponible, provoquant parfois des hausses ou tout au moins une nette fermeté des cours. Les tomates rondes vrac sont rares et obtiennent également de bons niveaux de prix. Seules les tomates cerises et cocktails sont confrontées à une vive concurrence extra nationale.

Mai

Une demande bridée par la météo

L'offre nationale progresse mais demeure pourtant bien en deçà de la normale, surtout sur les bassins du Sud de la France. La production sous tunnels froids débute à partir du milieu du mois avec de faibles rendements. Si les températures fraîches et le manque de luminosité limitent l'offre, cette météo bride également la consommation sur l'ensemble du territoire. A partir du milieu du mois, les cours marquent de nets replis sur toute la gamme et les reports de stocks sont importants.

Le produit est classé sensible selon l'indicateur de marché FranceAgriMer au 29 mai.

Juin

Concurrence plus marquée

Dans le Sud-Est, l'offre reste stable les trois premières semaines du mois. Le contexte concurrentiel est difficile, les productions de l'Ouest sont importantes et la concurrence belge et hollandaise très agressive. Si les cours sont relativement stables en grappe, ronde et allongée, ils sont chaotiques en cœur de bœuf : en baisse en début de mois, en nette hausse en milieu du mois et enfin s'écroulant à partir de la troisième semaine. L'ensemble des « vieilles variétés », de plus en plus présentes sur les marchés, subissent le même sort.

Cette conjoncture particulière marque l'arrivée en production des tunnels froids dans une ambiance où la consommation bridée par le mauvais temps marque le pas.

Juillet

Une flambée des prix au 14 juillet

Le tout début de mois marque une légère accélération de l'écoulement en parallèle avec l'amélioration de la météorologie. Une conjoncture très différente caractérise la deuxième semaine du mois. On observe alors une baisse sensible de l'offre sur le plan

national et une météorologie très favorable à la consommation le week-end du 14 juillet. Les prix flambent sur l'ensemble de la gamme. Le manque de produit pousse une partie de la distribution vers d'autres origines comme la Belgique. Cette forte augmentation des prix est visible au stade détail dès la semaine suivante mais s'accompagne d'un retour rapide de l'offre sur toutes les régions. Les cours s'écroulent, les reports de stocks sont importants.

Il faut attendre la dernière semaine du mois pour voir les prix au détail baisser, l'offre diminuer et les cours remonter.

Août

Un marché déséquilibré

La première quinzaine du mois, le marché de la tomate est marqué par une faible pression de l'offre sur le plan national. Les cours se raffermissent à l'approche du pont du 15 août sur l'ensemble de la gamme.

Après le 15 août, la conjoncture est toute autre. Une partie de la demande s'échappe vers les origines belges et hollandaises, très concurrentielles en termes de prix. De plus, les hausses du 15 août se traduisent par une nette augmentation des prix au détail. Dans le même temps, la production de l'ensemble des bassins revient en force. La demande se disperse et devient très attentive aux prix.

Les cours s'orientent inexorablement à la baisse jusqu'aux derniers jours du mois. Les reports de stocks, en particulier dans l'Ouest, sont importants.

Septembre

Pas d'amélioration

Le mois de septembre est très décevant pour les producteurs. Malgré une absence de la concurrence des pays du sud, la courbe des prix est chaotique et inférieure sur presque toute la gamme à celle de septembre 2012.

L'Ouest est encore en pleine production. Cette région détermine largement la conjoncture du marché. Les jardins familiaux très présents sur l'ensemble des régions détournent certainement une partie de la consommation. L'offre est supérieure à la demande tout au long du mois.

Le manque d'écoulement entraîne en milieu de mois des resserres importantes, en particulier en petits fruits comme les tomates cerises et cocktails. Certaines stations mettent même à la destruction ces produits, faute de vente. Seules les mises en avant, tout d'abord en cœur de bœuf puis en grappe, empêchent, tout juste, la tomate d'être déclarée en crise conjoncturelle.

Octobre

Production encore importante

Les températures élevées ralentissent la décade saisonnière de la campagne. Les ventes ralentissent. Il faut attendre la fin du mois pour qu'une véritable réduction de l'offre entraîne un meilleur écoulement et un relèvement des cours alors que pointent les tomates espagnoles et marocaines.

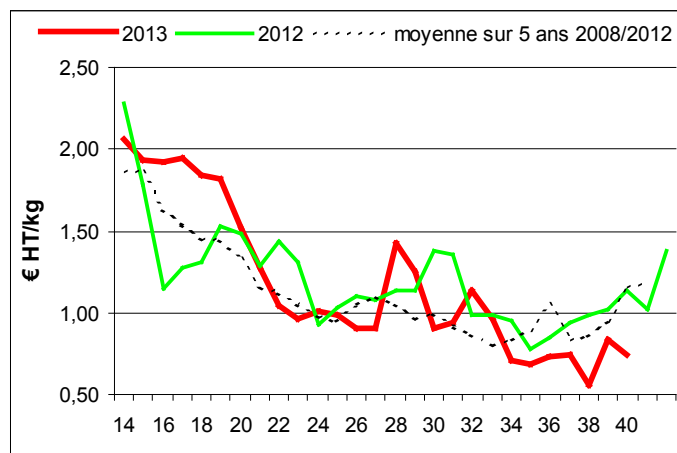
Novembre

Fin de campagne décevante

Après une dernière grosse semaine d'apport, la campagne se poursuit par un déclin plus marqué des récoltes régionales. Les ventes sont alors plus difficiles car les clients basculent maintenant plus largement sur le produit espagnol ou marocain. La valorisation est alors plus difficile, même dans les segments les moins concurrentiels.

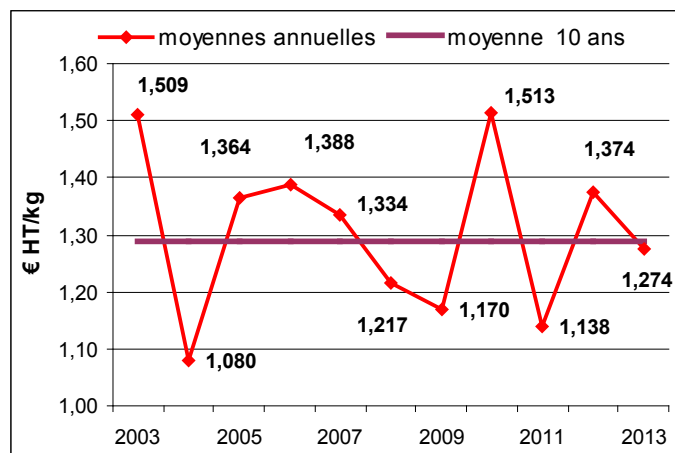
D'une campagne à l'autre

Cours de la tomate grappe au stade expédition région Sud-Est - Extra



Une fin de campagne avec des prix largement en dessous de la moyenne.

Cours moyen de la tomate grappe par campagne région Sud-Est - stade expédition - cat. extra



La moyenne de la campagne 2013 est en dessous de la moyenne arithmétique sur dix ans pour la région Sud-Est.

Cotations au stade expédition en régions Sud-Est et Bretagne en € HT/kg

semaines	Région Sud-Est			Région Bretagne								
	ronde 67-82mm cat.I			grappe cat. Extra			tomate cerise			coeur de boeuf 82/102		
	2011	2012	2013	2011	2010	2013	2011	2012	2013	2011	2012	2013
10				2,33	2,50		4,67					
11	1,40			2,07	1,98	2,11	4,73	4,36	4,54	2,69	3,06	2,78
12	1,40			1,94	1,90	2,25	4,02	3,83	3,89	2,37	3,03	2,61
13	1,51			2,01	2,18	2,18	4,27	4,63	4,73	2,28	2,97	2,65
14	1,56			1,97	2,41	2,04	4,45	5,25	4,23	2,47	2,82	2,41
15	1,67			2,18	1,70	2,02	4,60	3,92	3,61	2,17	2,19	2,14
16	1,57		1,80	1,85	1,21	1,93	4,50	3,13	3,34	2,19	1,88	1,88
17	1,31	1,22	1,80	1,37	1,22	1,99	4,49	2,65	3,99	2,15	1,42	2,19
18	1,17	1,30	1,73	1,22	1,32	1,69	3,38	2,78	3,95	1,99	1,57	2,05
19	1,20	1,53	1,73	1,28	1,58	1,75	3,22	2,37	4,30	2,10	1,69	1,74
20	1,25	1,49	1,35	1,19	1,44	1,43	3,05	2,55	4,14	1,89	2,02	1,72
21	0,97	1,17	1,08	1,12	1,26	1,18	2,78	2,82	3,78	1,96	1,77	1,53
22	0,81	1,28	0,86	0,90	1,81	0,97	2,62	3,53	2,98	2,04	2,16	1,23
23	0,66	1,19	0,91	0,80	1,38	0,91	2,71	4,63	2,49	2,01	2,45	1,11
24	0,67	0,81	1,04	0,81	0,99	0,94	3,09	3,60	2,61	1,96	2,29	1,34
25	0,63	0,95	0,96	0,74	1,05	0,89	3,45	3,40	2,57	1,97	1,87	1,46
26	0,61	0,98	0,86	0,85	1,13	1,00	3,55	3,84	3,06	1,72	1,92	1,38
27	0,73	0,97	0,79	1,03	1,20	1,08	4,66	3,66	3,15	2,05	1,91	1,29
28	0,69	1,00	1,06	0,74	1,22	1,59	5,33	4,28	5,31	1,77	2,00	1,83
29	0,67	0,94	0,98	0,92	1,11	1,25	5,99	4,31	5,74	1,63	2,12	1,94
30	0,52	1,21	0,65	0,75	1,60	0,98	4,42	4,81	5,04	1,49	3,09	1,28
31	0,45	1,14	0,72	0,67	1,47	0,91	3,36	4,59	4,74	1,35	3,11	1,34
32	0,51	0,83	0,82	0,53	1,03	1,28	3,72	4,33	4,35	1,63	2,41	2,82
33	0,47	0,93	0,65	0,60	1,06	0,96	4,05	4,23	3,09	2,01	2,13	1,96
34	0,55	0,88	0,47	0,88	0,94	0,68	3,83	4,24	2,48	2,32	2,03	1,19
35	0,52	0,70	0,53	0,72	0,83	0,56	3,61	3,38	2,38	2,17	2,41	1,38
36	0,54	0,76	0,68	0,77	0,99	0,68	3,18	2,59	2,30	2,05	2,43	2,05
37	0,65	0,88	0,68	0,73	0,89	0,76	3,02	2,54	2,35	2,29	2,06	2,53
38	0,69	1,05	0,65	0,73	0,95	0,59	2,99	3,94	2,03	1,99	1,82	2,05
39	0,84		0,83	0,89	1,06	0,89	3,08	3,60	2,11	1,89	2,21	1,86
40		1,00	0,66	1,19	1,19	0,69	4,46	4,23	2,07	2,35	2,25	1,13
41			0,54	0,84	1,01	0,56	3,65	4,32	2,00	2,69	1,96	0,72
42				0,97	1,02	0,75	3,09	4,42	2,07	3,05	2,12	0,73
43				0,98	0,94	1,06	3,03	3,66	2,21	2,66	1,96	1,08
44				1,14	1,07	1,50	3,22	2,89	3,20	1,93	1,70	1,98
45				1,10	1,08	1,24	3,26	3,19	3,68	2,54	1,60	1,88
46				1,00	1,27	0,95	3,28	3,32	3,53	3,09	1,95	1,71
47				0,98	1,16	0,68	4,00	3,72	3,21	3,01	2,33	1,39
48				1,45	1,22	1,25	3,35		4,34	3,09	2,60	2,45
49					1,73							

Cotations de la tomate au stade gros cat. I - en € HT/kg

sem	RUNGIS	
	Grappe	
	France	Pays-Bas
11	2,30	
12	2,30	
13	2,38	
14	2,40	
15	2,32	1,70
16	2,18	1,53
17	2,16	1,49
18	2,05	1,56
19	1,93	1,55
20	1,68	1,27
21	1,45	1,10
22	1,22	0,92
23	1,11	0,82
24	1,03	0,70
25	1,10	0,72
26	1,10	0,79
27	1,10	0,72
28	1,68	0,93
29	1,58	0,89
30	1,13	0,72
31	1,07	0,62
32	1,29	0,58
33	1,18	0,55
34	0,84	0,53
35	0,72	0,56
36	0,76	0,55
37	0,93	0,72
38	0,73	0,78
39	0,99	0,92
40	0,89	0,88
41	0,72	0,76
42	0,88	0,75
43	1,10	0,84
44	1,65	
45	1,59	
46	1,33	
47	1,01	
48	1,18	

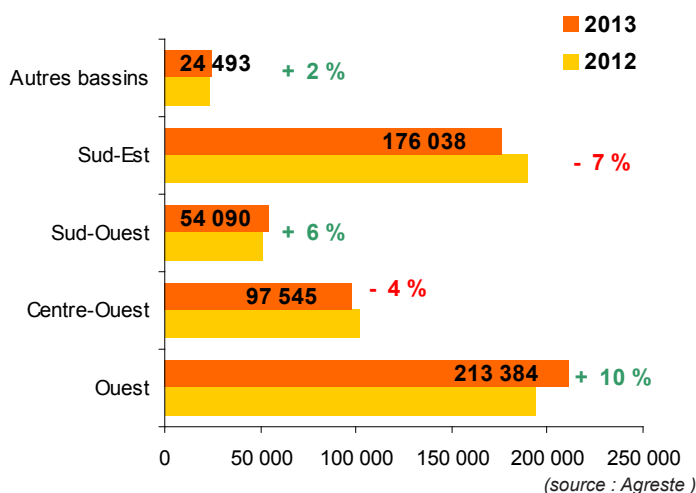
Production nationale

Les premières données de production publiées par Agreste pour 2013 sont basées sur les estimations des cultures de tomate destinée au marché du frais uniquement. Par conséquent, il est encore trop tôt pour faire un premier bilan de la production destinée à la transformation en 2013.

D'après les premières estimations d'Agreste, en 2013, malgré les mauvaises conditions climatiques de printemps, la production métropolitaine de tomate destinée au marché du frais parvient à se maintenir et enregistre une légère hausse par rapport à 2012. Malgré tout, depuis 2008, la production a légèrement reculé (- 2 %).

La baisse des superficies observée en 2013 est très modérée puisqu'elle ne représente que 1 % par rapport à la précédente campagne. Elle s'explique essentiellement par la perte des surfaces dans la région Aquitaine. Dans cette région, les cultures de plein air ont perdu un quart de leurs superficies et les serres froides plus de 8 %. En revanche, la superficie des installations chauffées a progressé de 7 %.

Volumes de tomate destinée au marché du frais* dans les principaux bassins** de production en France métropolitaine en 2013 et en 2012 (en tonnes)

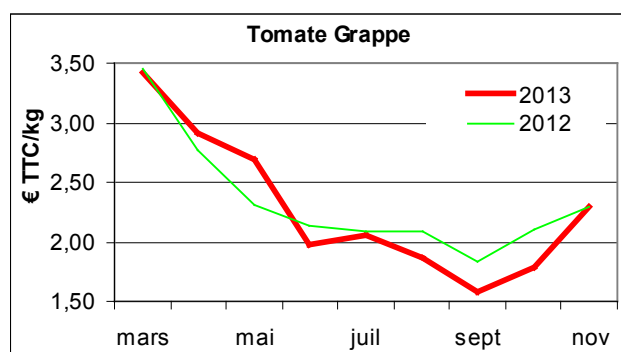


L'Ouest (Bretagne et Basse-Normandie) reste le premier bassin de production de tomate destinée au marché du frais avec plus de 213 000 tonnes en 2013, dont presque 99 % sous serre. Le bassin enregistre également la plus belle progression des volumes par rapport à 2012, soit + 10 %. A l'inverse, le second bassin de production, le Sud-Est (PACA, Rhône-Alpes, Languedoc-Roussillon et Corse), a été confronté à une diminution de sa production (- 7 %) pour atteindre à peine plus de 176 000 tonnes en 2013.

Consommation nationale en frais

Les prix relevés au détail durant la campagne

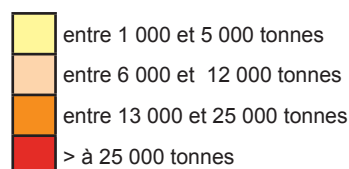
Cotations* au stade détail en 2013



Durant le début de la campagne, les prix au détail sont plus élevés qu'en 2012. Cela s'inverse la deuxième moitié de campagne.

Calendrier de production de la tomate destinée au marché du frais* dans les principaux bassins** de production en 2013 (en milliers de tonnes)

	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Ouest			5	16	31	30	42	31	23	25	8	1
Centre-Ouest	1		3	8	12	14	19	16	11	9	4	1
Sud-Ouest			1	5	7	8	9	10	6	6		
Sud-Est	1	4	11	19	27	29	38	22	13	8	2	



(source : Agreste)

Le calendrier de production de la tomate pour le marché du frais durant la campagne 2013 est la conséquence du développement des installations couvertes et chauffées, mais également d'une météo défavorable au printemps puis caniculaire en juillet et août. En effet, on constate une relative baisse des volumes produits jusqu'en juin, puis à partir du mois d'août. Entre temps, le pic de production qui s'est manifesté au mois de juillet représente un bond de 20 % des volumes par rapport à la même période en 2012.

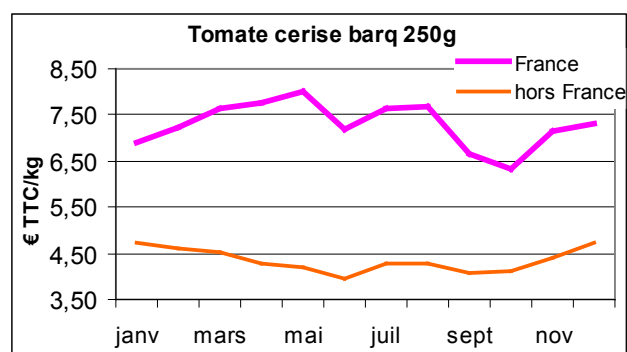
En pleine saison de production de la tomate française, de mai à août, les bassins Ouest** et Sud-Est** ont fourni l'essentiel des volumes pour le marché national et, dans une moindre mesure, pour l'export. La production de l'Ouest a même atteint 42 000 tonnes au mois de juillet 2013. Assez loin derrière, le bassin Centre-Ouest** est la 3^{ème} zone de production avec un pic allant des mois de juin à août, mois pendant lesquels la production de tomates a dépassé systématiquement 14 000 tonnes.

* hors tomate destinée à l'industrie

** Bassins :

- Centre-Ouest : Centre, Pays-de-la-Loire, Poitou-Charentes, Alsace, Bourgogne, Champagne-Ardenne, Franche-Comté, Lorraine
- Ouest : Bretagne, Basse-Normandie
- Sud-Ouest : Aquitaine, Midi-Pyrénées
- Sud-Est : Corse, Languedoc-Roussillon, PACA, Rhône-Alpes
- Autres bassins : autres régions métropolitaines

*Méthodologie basée sur les relevés des prix au détail faits par les enquêteurs du RNM à la différence des prix issus du panel Kantar (basés sur un déclaratif des achats issu d'un panel de consommateur).



La concurrence des origines hors France en barquette est dure tout au long de l'année.

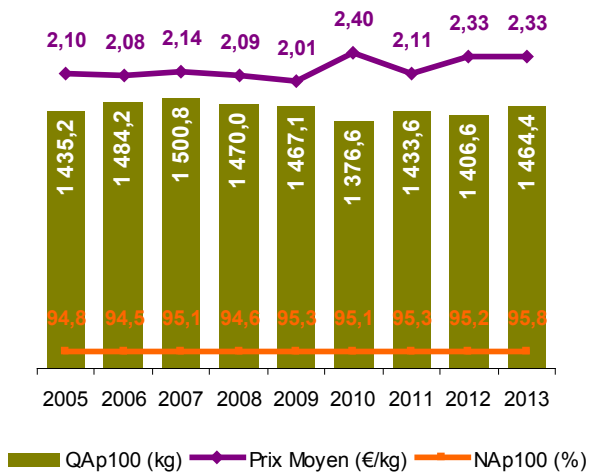
Les achats des ménages (sources Kantar Worldpanel)

95,8 % des ménages français ont déclaré acheter des tomates fraîches pour leur consommation à domicile au cours de l'année 2013.

Ce taux de pénétration, en hausse de 0,7 % par rapport à 2012 et à la moyenne quinquennale, est le plus élevé depuis 2005.

Si ces acheteurs de tomates, plus nombreux, ont réduit leurs quantités achetées par acte d'achat à 900 grammes (- 0,9 % vs 2012 et - 2,9 % vs 2008/12), ils ont, en revanche, augmenté leur fréquence d'achat à 17,7 actes d'achats annuels, soit 4,4 % de plus qu'en 2012 et + 4,7 % vs 2008/12, d'où une croissance du niveau moyen d'achat (15,3 kilos annuels par ménage acheteur, soit environ 6,7 kilos par individu) de 3,4 % vs 2012 et de 1,6 % vs 2008/12.

Evolution des achats annuels de tomates

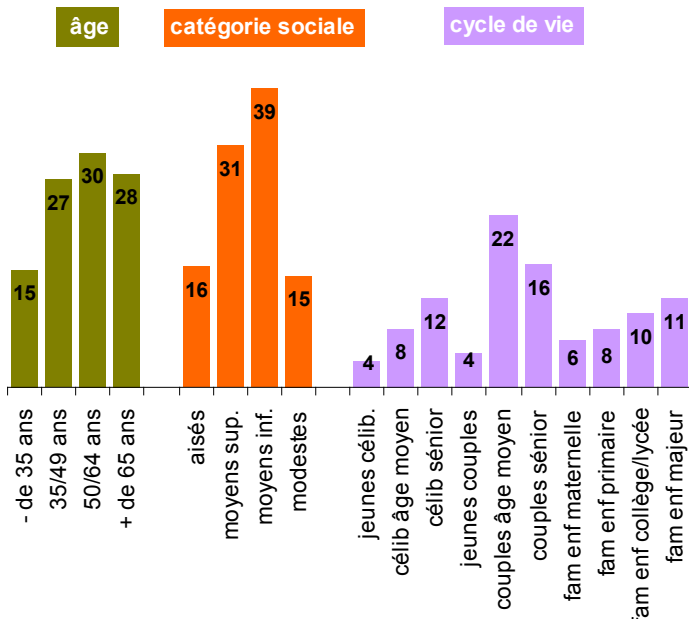


(source : Kantar Worldpanel - FranceAgriMer)

Les quantités achetées pour 100 ménages (QAp100) ont représenté 1,46 tonne, soit + 4,1 % vs 2012 et + 2,4 % vs 2008/12, au prix moyen de 2,33 €/kg (+ 0,1 % vs 2012 et + 6,6 % vs 2008/12).

Les variétés « rondes » (petites, moyennes et grosses) dominent le marché avec une part de marché volume de 72 % dans les achats de tomates, devant les « cerises » qui pèsent pour 9 %, les « allongées » pour 7 %, les « cocktails » pour 3 % et les « côtelées » pour 3 %.

Répartition des achats de tomates en 2013 par profils d'acheteurs (en % volume)



(source : Kantar Worldpanel - FranceAgriMer)

En 2013, les tomates fraîches pèsent pour près de 18 % en volume dans les achats de légumes par les ménages français pour leur consommation à domicile.

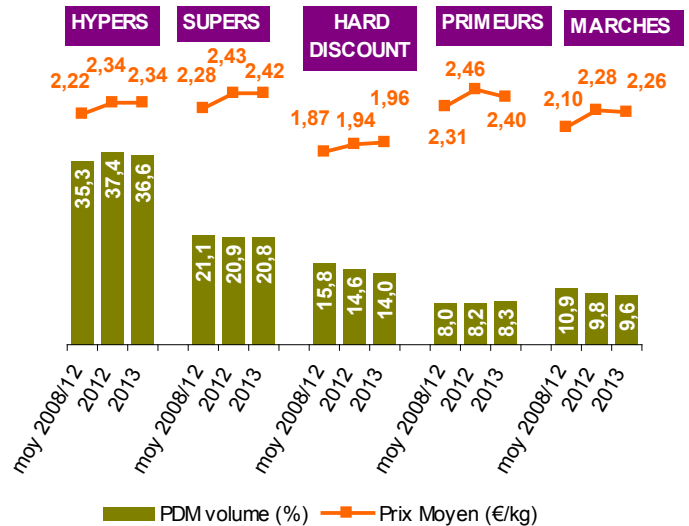
Ces achats de tomates sont majoritairement effectués en région parisienne (19 % de parts de marché volume), dans l'Ouest (17 %), le Centre-Est (15 %) et le Sud-Est (14 %).

En 2013, l'acheteur type de tomates se situe dans une tranche d'âge « 50/64 ans et plus », de catégorie sociale moyenne.

En termes de lieux d'achats, si les hypermarchés, les supermarchés et le hard discount restent toujours très plébiscités par les acheteurs de tomates, ces trois circuits perdent un total cumulé de 1,5 point de part de marché volume, au profit des primeurs, d'une part, mais également des achats en ligne qui pèsent désormais pour 1,5 % contre 0,1 % en 2008. Les marchés continuent à perdre du terrain, et la vente directe est redescendue sous la barre des 2 % de PDM volume dans les achats de tomates des ménages.

S'agissant du prix moyen d'achat, il est en recul dans l'ensemble des circuits, sauf en hard discount où il progresse de 1,4 % par rapport à 2012 et de 5,3 % par rapport à la moyenne quinquennale.

Part de marché volume et prix moyen d'achat des tomates par circuit de distribution



(source : Kantar Worldpanel - FranceAgriMer)

Après un repli observé en 2012, la part du bio dans le volume d'achat des tomates progresse de nouveau en 2013, et représente désormais 3,5 %.

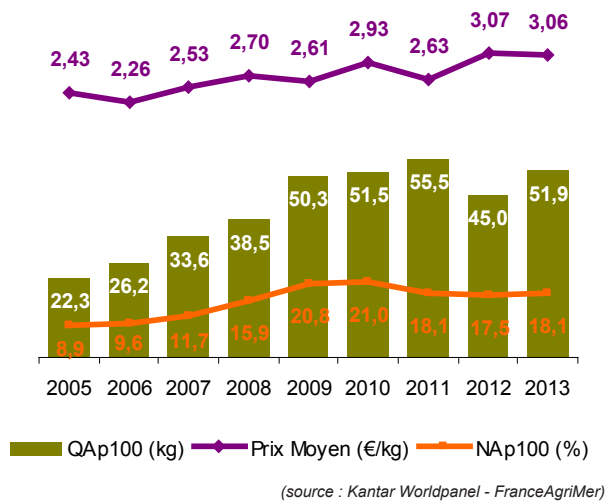
Le cœur de clientèle s'est rajeuni, avec des ménages de la tranche d'âge « 35/49 ans » qui pèsent pour 30 % dans les achats, dépassant ainsi les « 50/64 ans » à 29 %, et ces acheteurs, de classes sociales moyennes, sont davantage domiciliés dans la région Sud-Est.

En 2013, les tomates bio ont recruté 3,1 % d'acheteurs supplémentaires, soit un taux de pénétration de 18,1 %, qui reste cependant inférieur de 3,1 % à la moyenne quinquennale.

Avec 2,9 kg par ménage acheteur, soit environ 1,3 kg par individu, le niveau moyen d'achat a enregistré une hausse de 11,6 % vs 2012 et de 10,8 % vs 2008/12, tout comme la fréquence d'achat de 3,4 actes d'achats annuels (+ 13,6 % vs 2012 et + 15,7 % vs 2008/12).

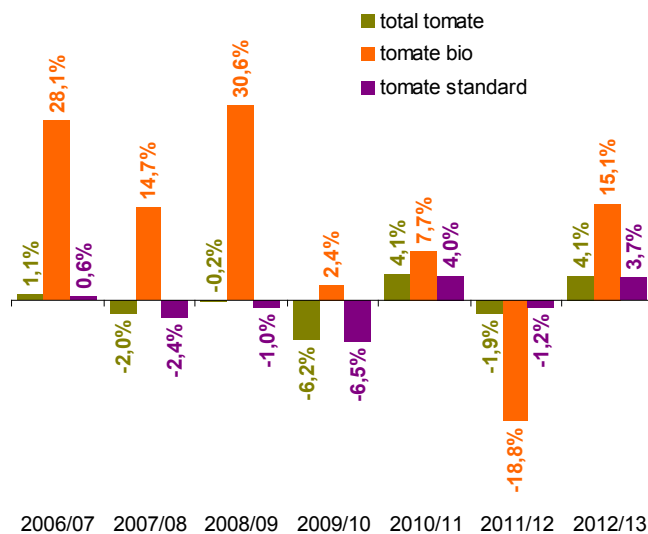
En revanche, les quantités achetées par acte d'achat (900 grammes) ont reculé de 1,7 % vs 2012 et de 4,1 % vs 2008/12.

Evolution des achats annuels de tomates bio



En 2013, les quantités de tomates bio achetées pour 100 ménages ont représenté 51,9 kg, soit 15,1 % de plus qu'en 2012 et 7,6 % de plus que sur la moyenne quinquennale, faisant de cette année la deuxième la plus importante en volume d'achat de tomates bio, après l'année 2011. S'agissant du prix moyen d'achat des tomates bio, soit 3,1 €/kg, il recule de 0,3 % par rapport à 2012, et augmente de 9,7 % par rapport à la moyenne 2008/12.

En conclusion, même si la progression des achats de tomates est plus importante en bio qu'en standard, comme le montre le graphique qui suit, les indicateurs conso sont globalement satisfaisant pour l'ensemble tomates fraîches.

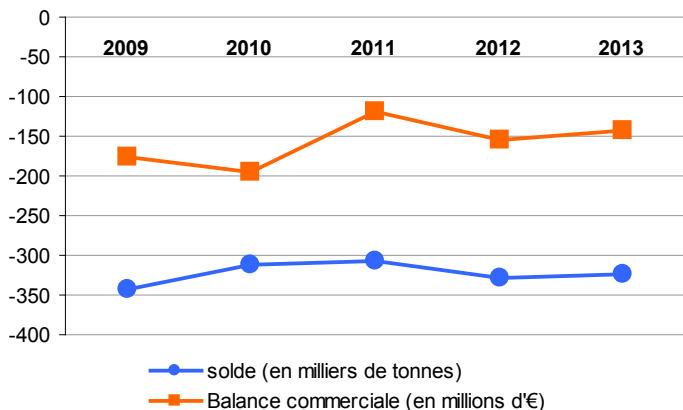


Le commerce extérieur de la France

Echanges en frais

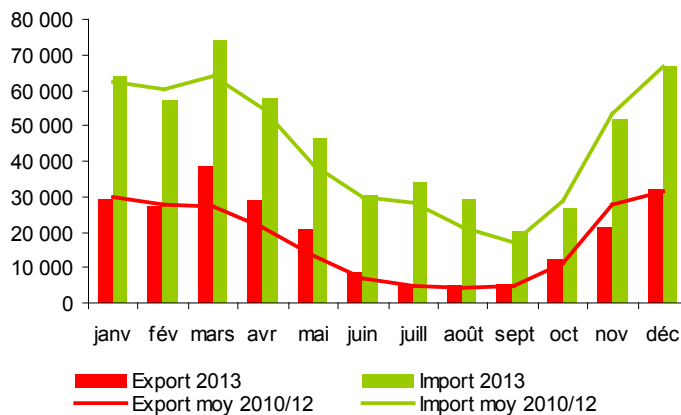
La production française de tomate ne couvrant pas la demande intérieure, la France importe des volumes conséquents en provenance d'autres pays : par conséquent le déficit de la balance commerciale est équivalent à 144 millions d'euros et 325 milliers de tonnes (soit environ 558 milliers de tonnes et 450 millions d'euros d'importations contre seulement 234 milliers de tonnes et 306 millions d'euros d'exportations).

Balance commerciale et solde des échanges de la France en tomates fraîches



Par rapport à 2012, le déficit de la balance commerciale a diminué en passant de 155 à 144 millions d'euros. Il se réduit même par rapport à la moyenne des 3 dernières années (156 millions d'euros)

Evolution mensuelle des échanges de la France en tomates fraîches (en tonnes)



Par rapport à la moyenne 2010/12, les quantités exportées en 2013 ont augmenté (+ 11 %), tout comme les quantités importées (+ 6 %).

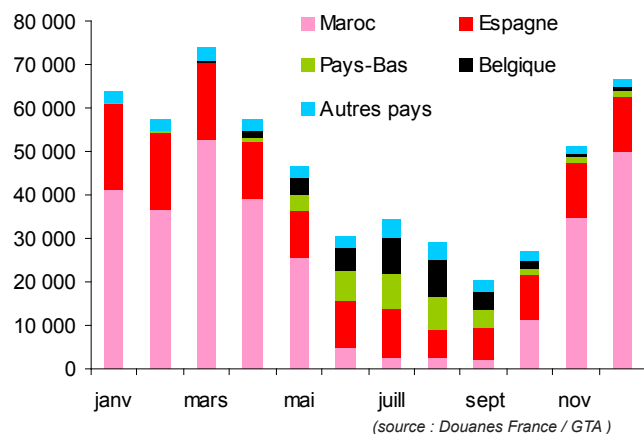
C'est aux mois de mars (+ 40 %), avril (+ 35 %) et mai (+ 58 %) que les exportations ont le plus progressé par rapport à la moyenne des 3 dernières campagnes.

A l'opposé, les exportations du mois de novembre 2013 ont fortement diminué (- 23 %). Cette baisse s'explique notamment par le recul du ré-export de tomates marocaines constaté au mois de novembre.

En raison d'une demande difficile à satisfaire durant l'été, les plus fortes hausses des importations ont été observées durant les mois de juillet et août (+ 21 % et + 39 % vs 2010/12).

Evolution mensuelle des importations françaises de tomates fraîches par provenance en 2013

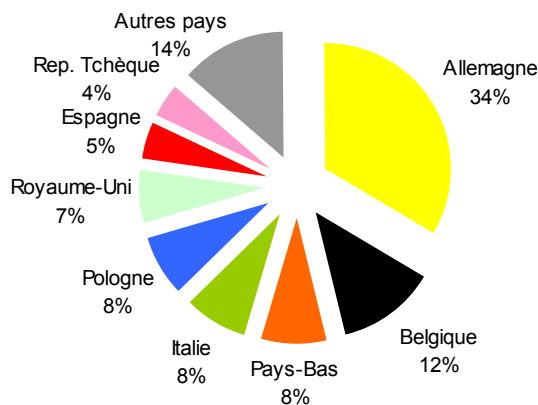
(en tonnes)



(source : Douanes France / GTA)

En 2013, 54 % des volumes de tomate importés en France provenaient du Maroc, soit un peu plus de 304 milliers de tonnes et 27 % provenaient d'Espagne, soit près de 150 milliers de tonnes. Les importations de tomate marocaine se sont réparties essentiellement en contre-saison (des mois d'octobre à mai). Néanmoins on observe en 2013 une progression des importations durant la campagne française (de mars à septembre) par rapport à la moyenne des 3 dernières années et un recul durant les mois d'octobre à février. Les importations en provenance d'Espagne se répartissent tout au long de l'année, mais elles sont tout de même privilégiées en contre-saison. Les importations du Benelux ont suivi les tendances habituelles en se concentrant sur la période estivale, de juin à septembre. Par rapport à la moyenne triennale, on note une nette progression des importations de tomate néerlandaise (+ 44 %) et belge (+ 21 %).

Répartition des exportations françaises de tomates fraîches en 2013 (en volumes)



(source : Douanes France / GTA)

La France exporte ses volumes de tomate essentiellement vers l'Allemagne (34 % des volumes soit un peu moins de 79 000 tonnes), vers la Belgique (12 % des volumes soit plus de 29 000 tonnes), les Pays-Bas (8 % des volumes soit 19 500 tonnes).

Entre 2012 et 2013, les exportations françaises vers la l'Allemagne, la Belgique et la Pologne ont augmenté. A l'inverse, les exportations de tomate en frais vers les Pays-Bas et l'Italie ont diminué.

Echanges en transformé

Entre 2012 et 2013, les importations de tomate en conserve progressent tant en volume (+ 8 %) qu'en valeur (+ 5 %). L'Italie reste le premier fournisseur de la France avec plus de 66 % des apports extérieurs, suivi de l'Espagne avec 30 %. Les exportations ont, quant à elles, baissé de 20 % en volume mais progressé en valeur de 23 %. Toutefois cette valeur a baissé par rapport à la moyenne des exportations des 5 dernières années.

Les importations de concentré de tomate sont stables par rapport à 2012 mais augmentent en valeur de 5 %. Les importations d'Italie et d'Espagne qui représentent encore plus de 80 % des volumes de concentré importés en France progressent légèrement. Les exportations progressent de 76 % en volume et près de 50 % en valeur.

Les importations de sauce ketchup progressent en volume de 9 % et en valeur de 7 %. L'Espagne reste néanmoins le premier fournisseur avec près de 50 % des importations.

Solde des échanges pour les principaux produits issus de tomates transformées

Tomate en Conserve	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
milliers de tonnes	-106	-107	-100	-95	-99	-101	-111
millions d'€	-49	-59	-64	-57	-62	-73	-74

Concentré de tomate	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
milliers de tonnes	-116	-115	-105	-93	-85	-85	-80
millions d'€	-67	-79	-88	-75	-69	-76	-75

Tomato - Ketchup	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
milliers de tonnes	-103	-114	-124	-135	-128	-129	-142
millions d'€	-103	-114	-137	-144	-141	-147	-158

(source : Douanes France / GTA)

Bilan européen

Production en Europe (production totale destinée au frais et à la transformation)

Les premières estimations pour 2013 n'étant pas publiées pour tous les pays, ne permettent pas de faire un constat global de la production de tomate à l'échelle du continent européen.

Lors de la campagne précédente, on a pu observer sur l'ensemble du continent européen (Turquie et autres pays extra-UE y compris) une diminution des surfaces dédiées à la tomate entre 2011 et 2012 avec près de 424 milliers d'hectares contre plus de 439 l'année précédente. Les volumes produits ont été par conséquent en légère diminution (- 2 %), ainsi après avoir passé la barre des 27 millions de tonnes en 2011, ils sont redescendus à 26,5 millions de tonnes en 2012.

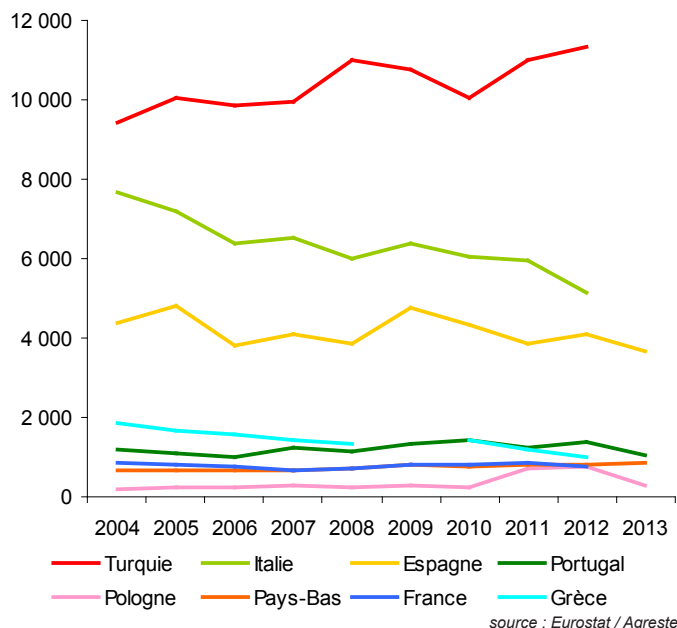
(en milliers de tonnes)	Total tomate		Tomate destinée au frais	
	2012	2013	2012	2013
1 ^{er} Turquie	11 350		7 698	
2 ^{ème} Italie	5 132		1 035	
3 ^{ème} Espagne	4 074	3 655	2 909	2 123
4 ^{ème} Portugal	1 393	1 039	968	
5 ^{ème} Grèce	980		320	
6 ^{ème} Pays-Bas	805	847	805	847
7 ^{ème} France	764		559	566

(source : Eurostat / Agreste)

A l'échelle des pays, d'après les premières estimations pour 2013, l'Espagne et le Portugal sont confrontés à une nette diminution de leur production par rapport à 2012, avec un recul respectif de 10 % et 25 %. A l'inverse les Pays-Bas (+ 5 %) et la Roumanie (+ 17 %) voient leurs volumes progresser. Ainsi la production roumaine atteindrait 530 000 tonnes.

Avec 764 milliers de tonnes produites en 2012, la France s'est hissée au 7^{ème} rang en Europe. La Turquie domine assez aisément la production européenne, devant l'Italie, l'Espagne, le Portugal et la Grèce.

Evolution de la production totale de tomate de 2004 à 2013* dans l'UE à 27 + Turquie (en milliers de tonnes)



* Estimations de production sur 2013 publiées pour certains pays de l'UE uniquement

Depuis une décennie, la capacité de production des différents pays producteurs de la zone UE et Turquie a évolué. Certains pays producteurs sont dans une dynamique de progression des volumes, comme cela est le cas de la Turquie qui a vu ses volumes passer de 9,5 à 11,4 millions de tonnes entre 2004 et 2012. Les Pays-Bas sont également dans une tendance à l'augmentation (de 655 000 à 845 000 tonnes entre 2004 et 2013). A l'inverse, l'Italie et la Grèce sont dans la configuration inverse puisque les volumes sont passés, entre 2004 et 2012, de 7,7 à 5,1 millions de tonnes en Italie et de 1,9 à 0,9 million de tonnes en Grèce. D'autres pays, dont font partie la France, l'Espagne et le Portugal voient plutôt leur niveau de production se maintenir depuis dix ans.

Echanges des pays de l'UE à 27

Lorsque l'on observe le niveau des importations et des exportations de certains pays membres, il ne faut pas exclure, même si l'on ne peut pas le quantifier, qu'une part non négligeable des échanges concernent la tomate de réexportation (notamment dans le cas de la tomate marocaine réexportée par la France).

En 2013 (janvier à novembre), l'UE à 27 présente un solde négatif de ses échanges de tomate fraîche avec les pays tiers : soit 367 000 tonnes importées contre 344 000 tonnes exportées. Malgré tout, la balance commerciale connaît un excédent de 112 millions d'euros. 91 % des importations et 87 % des exportations européennes se sont faites en intra-UE. Parmi les importations en provenance des pays tiers, seuls les flux du Maroc sont significatifs (11 %).

Principaux pays exportateurs de l'UE à 27 (tomate fraîche)				
		volumes (en milliers de tonnes)		valeurs (en millions d'€)
1 ^{er}	Pays-Bas	948	Pays-Bas	1 166
2 ^{ème}	Espagne	889	Espagne	858
3 ^{ème}	Belgique	226	France	265
4 ^{ème}	France	202	Belgique	202
5 ^{ème}	Pologne	103	Italie	165

(source : Douanes de pays de l'UE / GTA)

Avec une progression des volumes exportés de 2 % par rapport à 2012, les Pays-Bas dominent toujours les exportations de tomate fraîche dans l'UE à 27 en 2013. Cependant, avec une progression de ses exportations de 14 %, l'Espagne se rapproche en 2013 des Pays-Bas.

La France qui était, en 2012, le 3^{ème} exportateur en Europe a été dépassée par la Belgique. Les exportations belges de tomate ont atteint 226 000 tonnes exportées, soit + 8 % par rapport à 2012.

Principaux pays importateurs de l'UE à 27 (tomate fraîche)				
		volumes (en milliers de tonnes)		valeurs (en millions d'€)
1 ^{er}	Allemagne	680	Allemagne	943
2 ^{ème}	France	492	Royaume-Uni	445
3 ^{ème}	Royaume-Uni	382	France	390
4 ^{ème}	Pays-Bas	163	Pays-Bas	182
5 ^{ème}	Italie	120	Pologne	121

(source : Douanes de pays de l'UE / GTA)

L'Allemagne est toujours en 2013 le premier importateur de tomate dans l'Union européenne. La France se positionne comme le second marché en volume mais on constate que la valorisation des tomates exportées vers ce marché y est plutôt faible. En effet, en valeur, le Royaume-Uni représente un marché plus important que la France.