

# LA POMME EN 2014-2015

>>> BILAN DE CAMPAGNE

**Une saison active en vente, avec une consommation importante, mais en manque de valorisation à la production**

La campagne débute dans un contexte lourd. L'annonce de l'embargo russe et la présence de pommes de l'ancienne récolte induisent une grande prudence des expéditeurs en termes de prix. L'activité se développe rapidement. La consommation est importante et les ventes à l'export sont précoces, dynamiques et actives sur une période assez longue. Cette saison se démarque par une consommation élevée, mais avec un manque de valorisation en début de saison qui pénalise le résultat financier. Cependant, ce dernier devrait être meilleur que celui de la campagne passée.

## Faits marquants

### Un embargo russe perturbant

L'embargo russe pénalise indirectement le déroulement de campagne. Il bouleverse les équilibres commerciaux. De plus, la production européenne affiche une hausse de 12 % par rapport à la moyenne des trois dernières années (source Prognosfruit). La compétition des pays de l'UE devient très agressive. La Golden et la Granny d'Italie concurrencent nos exportations vers les pays tiers et européennes. La Pologne habituellement axée majoritairement sur la Russie se positionne sur les différents marchés du grand export.

La Commission européenne décide de mettre en place un dispositif exceptionnel d'aides à la gestion de crise pour faire face à l'embargo russe : retrait toutes destinations (distribution gratuite, alimentation animale ou destruction par épandage, compostage ou méthanisation) et non récolte.

### Une consommation active en France et en Europe

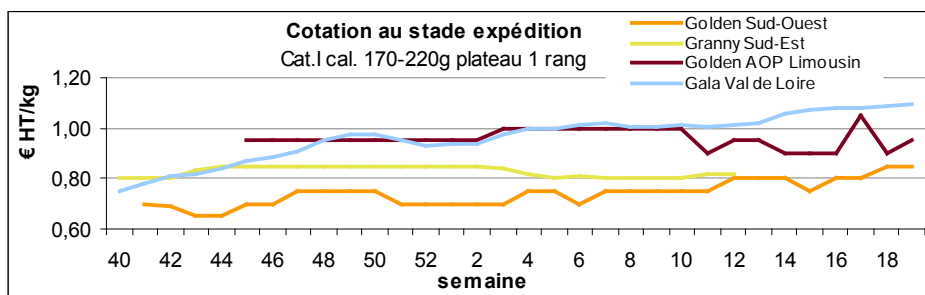
En France, INTERFEL et l'ANPP (Association Nationale Pommes Poires) lancent un plan de communication exceptionnel pour développer la consommation : mise en place de partenariats avec des enseignes de la distribution et diffusion de spots télévisés. Ainsi, la quantité de pommes achetées progresse sur le début de campagne (août 2014 à janvier 2015). Cette augmentation est également due, à l'exemple de la Pologne, à un élan de patriotisme soutenu par une avalanche de selfies

accompagnée de slogans mobilisateurs en faveur des producteurs du pays. A l'instar, l'ANPP en France diffuse sur les réseaux sociaux une campagne « Ma pomme pour ta pomme ».

La récolte 2014 se démarque par un bel épiderme et une bonne qualité gustative qui profite aux pommes de terroir destinées au marché intérieur (Reine des Reinettes, Belchard-Chanteclerc, Reinette Grise du Canada, Elstar et Reinette d'Armorique). L'ANPP incite les producteurs à laisser aux vergers les pommes de piètre qualité. Seul bémol, si la consommation est supérieure aux années précédentes, le prix moyen est en baisse. Le chiffre d'affaires en chute risque de fragiliser les structures de production et commerciales.

### Crise conjoncturelle en début de saison

La récolte est précoce, notamment dans les régions du Sud-Ouest et du Val de Loire, contrairement aux trois années antérieures. Les promotions et les foires aux pommes stimulent la consommation, mais les prix demeurent sous pression. Les expéditeurs bénéficient d'un marché intérieur et export actif dès septembre. Mais les cours sont bataillés sur le marché du frais et sur l'industrie. Ensuite, le besoin de trésorerie incite les producteurs à écouler leurs marchandises. L'offre est importante. Enfin, l'embargo russe pèse sur les transactions. Dans ce contexte, les échanges sont tendus et malgré une bonne activité, la pomme est déclarée en crise conjoncturelle du 14 septembre au 14 octobre.



## SOMMAIRE

- Déroulement de la campagne page 2
- Chiffres indispensables page 3
- Production Nationale page 4
- Consommation nationale page 5
- Le commerce extérieur de la France page 6
- Focus sur le marché mondial et européen page 7



## Déroulement de la campagne

### Reine des Reinettes

Après des années de déclin de production et de surface, la saison de la Reine des Reinettes est favorable. La coloration est bien prononcée sur les lots. Goûteuse et particulièrement parfumée, elle répond à la demande du consommateur. Mais, cette variété technique et exigeante nécessite de nombreux passages pour sa récolte. Dès le début de campagne dans le Sud-Est, les cours sont fermes. Ils restent soutenus, même dans les régions plus tardives. La dynamique réalisée par des metteurs en marché depuis quelques années, par la création de la « Reine Gourmande » porte ses fruits.

### Rubinette

Les saisons antérieures ont été difficiles suite à une hausse des surfaces. Mais la progression s'est arrêtée, certains arboriculteurs en ont même arraché. Cette année, le marché se montre réceptif. La qualité gustative et une typicité marquée de la variété stimulent sa consommation. Elle trouve sa place dans le panel des variétés ; elle prend la suite de la Reine des Reinettes. Les cours sont fermes du début à la fin de saison.

### Elstar

La récolte est inférieure à l'année dernière, avec une majorité de gros calibres. La qualité gustative est excellente. Dans ce contexte, le conditionnement en sachet est peu approvisionné. Les foires aux pommes servent à écouler rapidement les gros calibres. Ensuite, la demande se montre réceptive et régulière. En revanche, les cours peinent à se valoriser. Il faut attendre février pour observer une hausse, mais déjà le gros de l'offre est écoulé. La concurrence belge se positionne doucement en arrière saison. Le bilan est correct, mais les producteurs déplorent un manque de chiffre d'affaires en raison de la stagnation des cours durant une grande partie de la saison et d'une petite production.

### Canada grise

La récolte est de qualité et marquée par un épiderme à fond gris typique. La production est correcte, +8 % selon l'ANPP sur la moyenne des trois dernières années. En revanche, les calibres sont variables en raison d'un manque d'efficacité de certains éclaircissements dans les régions les plus au nord de l'hexagone.

La vente de la Canada grise est active durant la première partie de la saison grâce à l'Espagne. Le Sud-Ouest, par sa proximité, y bénéficie d'un débouché attrayant. Le Val de Loire profite également de cette destination avec des gros calibres, mais plus tardivement. Sur le marché intérieur, l'activité peine à se développer. Les prix sont bas. A partir de janvier, la situation s'éclaircit. Les cours progressent grâce à un marché ibérique et français plus actif.

Le bilan est variable selon les opérateurs : ceux ayant ciblé les marchés tardifs bénéficient d'une meilleure valorisation, malgré les coûts de stockage et la perte par déshydratation. En fin de saison, la demande se reporte vers les petits calibres permettant d'optimiser l'ensemble de la récolte.

### Golden

La présence de l'ancienne récolte en début de campagne, notamment dans le Limousin, perturbe le marché. Le début de saison est lent, le manque de sucre freine les ventes. En outre, à l'export, la concurrence italienne est intense. Néanmoins, la Golden bénéficie d'une bonne qualité avec une majorité de lots à fond vert et d'une bonne répartition dans les calibres. Les opérateurs peinent à segmenter l'offre, en raison d'un manque de face rosée. Les cours restent sous la pression constante d'une offre importante en France et dans l'UE, notamment en Italie. Dans le Limousin, les craintes d'un retard de déstockage s'amenuisent dès fin février avec un marché français plus dynamique et en quête de qualité. En mars, il n'existe plus de retard et les cours se raffermissent sensiblement. La fin de saison est plus fluide. Il faut attendre mai pour observer une progression des cours, mais sans atteindre des sommets. Le bilan est décevant, la Golden est la grande perdante en termes de chiffre d'affaires.

### Gala

La récolte de la Gala est précoce et rapide. Les amplitudes thermiques de début septembre favorisent une belle coloration. La Gala domine rapidement le marché en volume de commercialisation. L'export actif compense la faiblesse du marché intérieur et permet une bonne activité dans les stations. Les cours sont stables, les hausses difficiles à obtenir. Il faut attendre février pour observer une situation plus favorable avec un stock légèrement inférieur à l'an passé. Les opérateurs grappillent quelques hausses de prix. L'offre adaptée aux différents marchés export tend à se réduire. Début mars, l'hémisphère sud arrive en volume limité ; les expéditeurs bénéficient alors de quelques opportunités de ventes, vers l'Union européenne et l'hexagone. La fin de saison se déroule sereinement, mais les hausses de cours sont lentes à se dessiner. Le bilan de Gala est mitigé.

### Granny

La récolte est marquée par une forte proportion de gros calibres. Le volume est important, en France, mais aussi en Italie. Le manque d'activité pèse en ce début de saison. Seuls les petits calibres de qualité typique Granny se valorisent sur le marché britannique, et sur le reste de l'UE. Sur l'hexagone, la demande est limitée, les autres variétés compensent le déficit d'activité. Il y a un contraste important entre les cours observés sur la Granny Challenger et les autres clones. Durant toute la saison de commercialisation, les gros calibres restent en souffrance dans les stations. Le manque de débouchés sur le marché russe se fait cruellement ressentir. La saison est laborieuse, elle traîne en longueur. Le bilan est décevant.

### Belchard Chanteclerc

Après une saison 2012/13 catastrophique en qualité, en tenue de produit et en prix, la récolte 2014 est totalement différente : de qualité, correcte en volume avec une majorité de gros calibres. Cueillie dans de très bonnes conditions, la conservation de cette pomme de terroir est excellente.

Le début de saison est prudent, mais rapidement la consommation se développe. L'excellente qualité gustative permet à la Belchard Chanteclerc de vite progresser en volume et de maintenir un niveau de consommation élevé. En début de campagne, le Sud-Ouest se positionne rapidement, suivi du Val de Loire, et notamment les Charentes. Les cours demeurent stables durant la première partie de saison. Ils progressent à partir de février. Le bilan est positif pour cette variété produite presque exclusivement à destination du marché intérieur. La consommation active permet d'écouler tous les calibres et les qualités plus souples.

### Fuji

La campagne sur le marché intérieur se met en place début novembre, mais l'offre peine à se développer face à une demande en retrait qui privilégie la Gala. A l'approche des fêtes de fin d'année quelques départs vers le grand export en calibre 100-113 mm (150 à 190 g) se notent de façon plus régulière. Le marché espagnol se développe en parallèle, avec des départs en produit conditionné et en pallox. Globalement la demande est lente mais relativement régulière, permettant un déstockage homogène. Le Sud-Ouest est la première région de production. A partir de mars, la baisse de commercialisation de la Gala dans le Sud-Ouest est à l'origine d'une augmentation du volume écoulé avec des cours peu évolutifs. Dans le Val de Loire, les expéditeurs se positionnent de façon disparate en fonction de la demande et de la diminution de l'offre dans les autres bicolores.

### Belle de Boskoop

La récolte de Belle de Boskoop est de qualité, et de calibre supérieur à la moyenne des années antérieures. Le début de saison est actif, avec des cours supérieurs aux autres bicolores. En décembre et en janvier, le marché se durcit. La mise en vente des gros calibres pèse sur la tenue des cours. La situation est chahutée par des tendances contradictoires et une concurrence

## Déroulement de la campagne (suite)

plus intense entre les opérateurs. Vers mi-février, le marché se stabilise, les cours progressent. La situation devient plus sereine dans les stations. Le bilan est mitigé. Les cours sur les calibres commerciaux (190 à 270 g) sont corrects ; en dehors, le ressenti chez les professionnels est très variable selon les débouchés.

### Industrie

Durant la période estivale de 2014, l'industrie est très sollicitée pour écouler les stocks de l'ancienne récolte. Les cours sont fortement éclatés entre les contrats et le marché du libre. Cette situation entraîne des tensions pour le début de saison de la

nouvelle récolte. Ainsi, avec des prix réajustés à la baisse, les arboriculteurs délaissent les pommes de trop petits calibres et non commercialisables, selon l'ANPP. La récolte 2014 est de très belle qualité et les écarts de tris sont faibles. Dans ce contexte, à partir de février, le marché de l'industrie devient sous approvisionné. Les importations à destination de l'industrie progressent. La situation du début de saison s'est inversée. Les cours sur le marché du libre augmentent fortement. Le bilan est contrasté, entre les besoins des industriels et les envies de prix des arboriculteurs. Pourtant, ce débouché est indispensable à la bonne tenue du marché du frais.

## Chiffres indispensables

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

catégorie I calibres 170-200 et 190-220 g en plateau 1 rang

Moyennes hebdomadaires en euros HT/kg

sem	Golden			Gala		Belle de Boskoop	Elstar	Belchard-Chanteclerc		Reine des Reinettes		Granny		Canada gris	
	SO AOP Limousin	SE *	VDL	SO	VDL	VDL/Nord	VDL	SO	VDL	SE	VDL	SE	VDL	SO	VDL
	calibre 170-195 et 195-215 g - plateau 1 rang													215-240g	
35										1,70					
36		0,84		0,90	0,84		0,92			1,62	1,52				
37		0,80		0,88	0,81		0,91			1,60	1,48				
38		0,81		0,79	0,77		0,87			1,53	1,37			0,85	
39		0,81	0,90	0,74	0,75		0,85			1,45	1,29			0,86	0,95
40		0,77	0,83	0,70	0,75	1,00	0,85	1,10		1,45	1,32	0,80		0,90	0,91
41		0,78	0,77	0,71	0,78	0,99	0,86	1,10	1,21	1,45	1,35	0,80	0,88	0,90	0,89
42		0,77	0,75	0,75	0,81	0,97	0,89	1,10	1,18		1,35	0,80	0,88	0,90	0,90
43		0,75	0,75	0,75	0,82	0,95	0,90	1,10	1,14		1,35	0,83	0,86	0,93	0,89
44		0,78	0,75	0,75	0,84	0,95	0,91	1,10	1,11		1,35	0,85	0,85	1,00	0,88
45	0,95	0,80	0,76	0,75	0,87	0,96	0,93	1,10	1,10		1,35	0,85	0,85	0,90	0,86
46	0,95	0,80	0,76	0,80	0,88	0,96	0,95	1,10	1,10			0,85	0,85	0,90	0,85
47	0,95	0,80	0,77	0,85	0,91	0,94	0,96	1,10	1,10			0,85	0,85	0,90	0,86
48	0,95	0,80	0,78	0,85	0,95	0,87	0,99	1,10	1,10			0,85	0,85	0,90	0,85
49	0,95	0,80	0,78	0,85	0,97	0,83	1,00	1,00	1,10			0,85	0,85	0,90	0,85
50	0,95	0,80	0,75	0,80	0,97	0,81	1,00	1,00	1,10			0,85	0,82	0,85	0,85
51	0,95	0,80	0,74	0,80	0,95	0,80	1,00	1,00	1,10			0,85	0,76	0,85	0,85
52			0,75		0,93	0,80	1,00		1,05				0,75		0,84
1			0,75		0,94	0,80	1,00		1,05				0,75		0,84
2	0,95	0,80	0,75	0,80	0,94	0,83	1,00	1,00	1,05			0,85	0,76	0,85	0,87
3	1,00	0,80	0,75	0,80	0,98	0,86	1,00	1,00	1,05			0,84	0,78	0,85	0,92
4	1,00	0,75	0,77	0,90	1,00	0,88	1,00	1,00	1,05			0,82	0,80		0,98
5	1,00	0,75	0,79	0,90	1,00	0,89	1,02	1,00	1,03			0,80	0,86	0,90	0,99
6	1,00	0,75	0,82	0,90	1,01	0,94	1,03	1,10	1,04			0,81	0,82	1,00	1,01
7	1,00	0,72	0,82	0,90	1,02	0,96	1,03	1,15	1,05			0,80	0,81	1,00	1,01
8	1,00	0,72	0,82	0,90	1,01	0,95	1,07	1,15	1,05			0,80	0,80	1,00	1,02
9	1,00	0,72	0,82	0,90	1,01	0,95	1,10	1,15	1,06			0,80	0,80	1,00	1,03
10	1,00	0,75	0,83	0,90	1,01	0,93	1,10	1,10	1,09			0,80	0,80	0,95	1,03
11	0,90	0,75	0,84	0,95	1,00	0,92	1,10	1,10	1,10			0,82	0,79	0,95	1,01
12	0,95	0,75	0,85	1,10	1,01	0,92	1,09	1,15	1,11			0,82	0,78	0,97	1,03
13	0,95		0,85		1,02		1,11	1,15	1,14				0,78	0,90	1,08
14	0,90		0,85	0,85	1,06		1,18	1,30	1,18				0,78	1,10	1,15
15	0,90		0,85	0,90	1,08		1,20	1,30	1,26				0,78	1,10	1,18
16	0,90		0,85		1,08			1,30	1,28				0,78		1,16
17	1,05		0,85		1,08			1,30	1,28				0,80		1,15
18	0,90		0,85		1,09			1,30	1,29				0,81		
19	0,95		0,85		1,10				1,34				0,82		

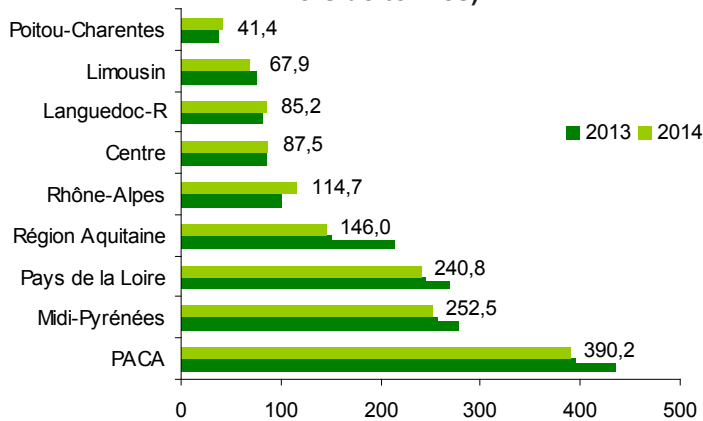
\*SE Cole 3-4 (coloration)

# Production Nationale

## La production en frais destinée au marché du frais et du transformé en 2015 (hors pomme à cidre)

La campagne 2014/15 est marquée par une baisse de la récolte de 9 % par rapport à 2013/14, campagne qui avait affiché un retour à la normale suite à une récolte 2012/13 très faible. Comparée à la moyenne triennale, la récolte 2014/15 diminue de façon moins soutenue (-3 %). Le principal facteur explicatif est le niveau de rendement qui a été plus faible qu'au cours de la campagne précédente (41,1 tonnes/ha en 2014/15 vs 44,9 tonnes/ha en 2013/14) car dans le même temps les surfaces n'ont reculé que de 3 % (37 236 ha). Par ailleurs, les différentes variétés n'ont pas été impactées de la même manière. La variété Golden est la plus affectée avec des volumes récoltés en diminution de 15 %. A l'inverse, la récolte de Gala a été plutôt stable (+1 %).

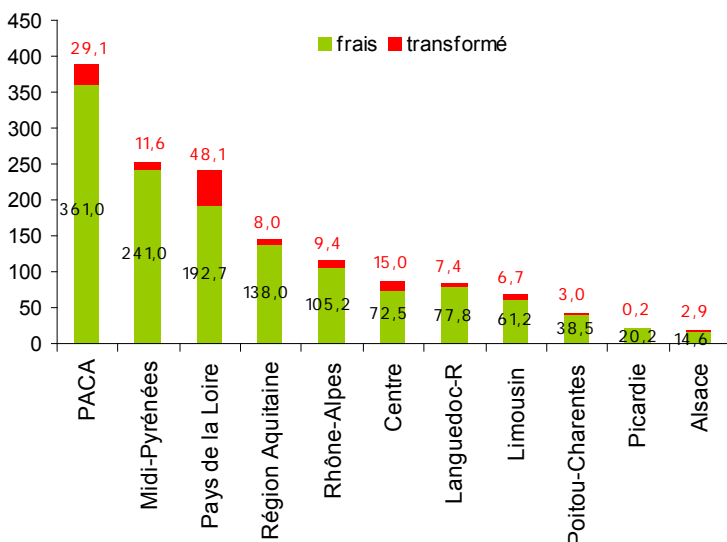
### Volume de pommes de table récoltées dans les principales régions de production en 2013 et 2014 (en milliers de tonnes)



Source : AGRESTE

En France, pour 2014, la production globale de pommes a atteint plus de 1,532 million de tonnes, dont 0,466 million de tonnes de Golden et 0,143 million de tonnes de Granny Smith. En Provence-Alpes-Côte-D'Azur, les intempéries estivales et la floraison hétérogène ont entraîné une baisse de la récolte, la région a tout de même produit près de 25 % du volume national de pommes (soit 390 150 tonnes). En Midi-Pyrénées, certaines variétés ont été fortement altérées (Golden et Braeburn), ce qui a également eu pour conséquence un recul des volumes produits, la production régionale a représenté 16 % de la production nationale (252 500 tonnes).

### Volume de pommes de table par destination et par région de production en 2014 (en milliers de tonnes)



Source : AGRESTE

Les volumes produits destinés à la transformation ont également diminué par rapport à la campagne précédente mais de façon plus nuancée que l'ensemble de la production (-6 %). L'essentiel de la production dirigée vers la transformation a été récolté dans les Pays-de-la-Loire (48 130 tonnes) et en PACA (29 120 tonnes).

### La production transformée sur la campagne 2014/15 (hors cidre)

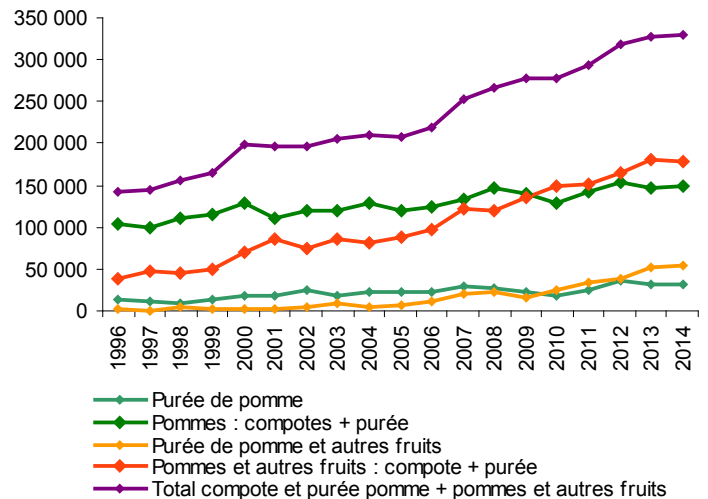
La pomme est de loin le premier fruit transformé en France. La filière française s'est positionnée sur le secteur des produits de grande consommation (compote) alors que les produits alimentaires intermédiaires (concentré) sont beaucoup moins développés. Ce positionnement de la France est très spécifique dans la filière de transformation de la pomme dans le monde.

En 2014, les fabrications industrielles de compote de pomme et purée de fruits se répartissent entre les compotes pur pomme (150 141 tonnes net) et les mélanges pommes et autres fruits (178 605 tonnes net) pour un total de 328 746 tonnes net.

Le conditionnement de ces fabrications (pur pomme et mélange) se répartit comme suit :

- purée 20 %,
- coupelles 42 %,
- gourde 24 %,
- autres emballages 14 %.

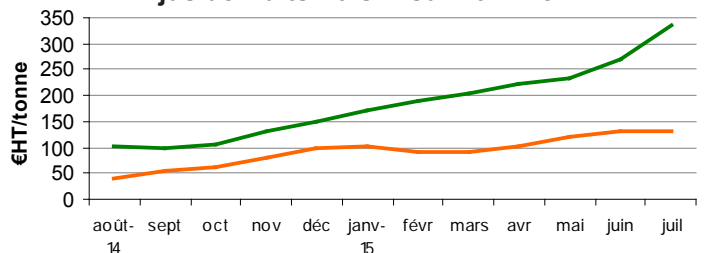
### Evolution des fabrications industrielles de compotes de pomme (en tonnes nettes)



Source : AFIDEM

Le cours du marché vers la transformation (pomme Golden) établi en début de campagne sur des niveaux très bas, n'a cessé de progresser au cours de la campagne 2014/15 pour atteindre en fin de campagne plus de 335 €/tonne.

### Moyenne des cotations RNM destination compote\* et jus de fruits frais \*\* sur 2014/15



Source : RNM

\* moyenne arithmétique des cotations publiées par le RNM : Golden Industrie pour Compote France, Golden Sud-Ouest, Val de Loire et Sud-Est.

\*\* moyenne arithmétique des cotations publiées par le RNM : Mélange Industrie pour jus frais France, Sud-Ouest, Val de Loire et Sud-Est.

## Production Nationale (suite)

Le cours de la pomme pour la destination jus qui avait atteint des niveaux de prix historiquement bas en fin de campagne 2013/14 (35-40 €/tonne) a augmenté sur la campagne 2014/15 pour atteindre en fin de campagne près de 132 €/tonne.

En terme de consommation en France, l'ensemble jus de pomme (y compris nectars) représente en 2014 un peu plus de 138 millions de litres, soit 10,5 % de part de marché (PDM). C'est le deuxième parfum derrière l'orange (618 millions de litres soit 46,7 % de PDM), mais loin devant le 3<sup>ème</sup> parfum (ananas 44 millions de litres soit 3,34 % de PDM).

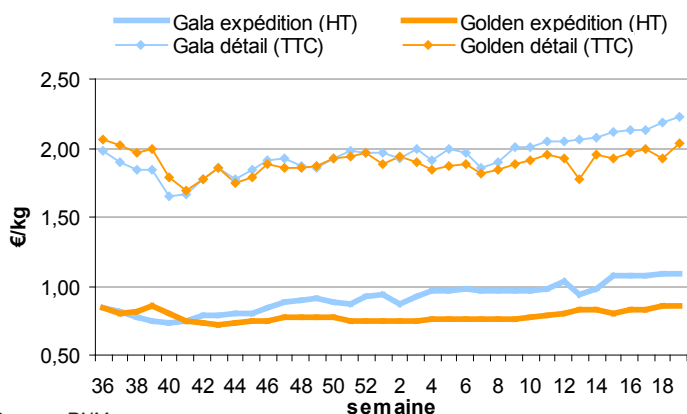
Le jus de pomme est en hausse de 2,6 % alors que l'ensemble des jus de fruits est en baisse de 3,8 % versus 2013.

Il n'y a pas de production significative de concentré de pomme en France. La Chine est l'acteur principal au niveau mondial. En 2015, on constate un rééquilibrage de la production en faveur de l'Europe par rapport à l'Asie avec une augmentation de la production en Pologne.

La France est largement importatrice de jus de pomme. En 2014, on constate un important déficit en échange de jus de pomme avec un solde négatif de plus de 120 000 tonnes. Près de la moitié des quantités importées provient d'Allemagne, 24 % d'Italie et 6 % de l'Autriche.

## Consommation nationale

### Les prix relevés au détail durant la campagne 2014/15



Source : RNM

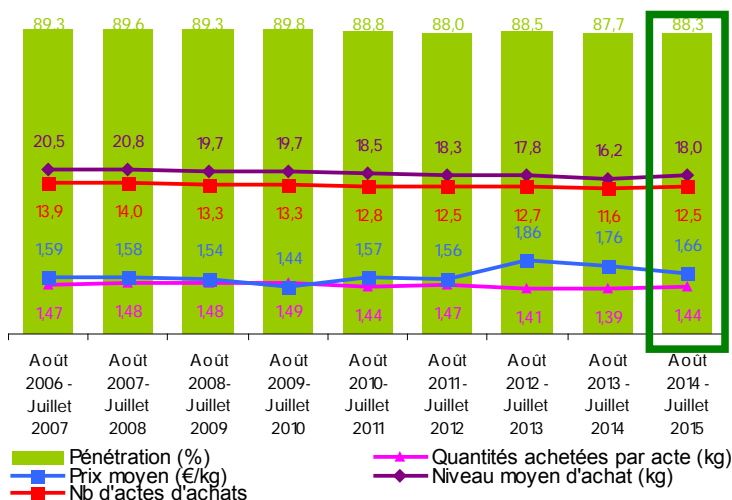
\*Méthodologie basée sur le relevé des prix au détail faite par les enquêteurs du RNM à la différence des prix issus du panel Kantar (basé sur un déclaratif des achats fait par le panel de consommateurs).

### Consommation en frais (source Kantar) Campagne 2014/15 (août à juillet)

D'après les résultats issus du panel Kantar, 88,3 % des ménages français ont déclaré acheter des pommes fraîches pour leur consommation à domicile au cours la campagne 2014/15, soit +0,7 % par rapport à 2013/14 et -0,3 % par rapport à la moyenne des cinq campagnes précédentes.

A 18 kg par ménage acheteur, soit environ 8 kg par individu, le niveau moyen d'achat progresse de 11,2 % vs 2013/14 et reste stable (-0,4 %) vs 2009/10-2013/14, sous l'effet d'une hausse de la fréquence d'achat à 12,5 actes d'achats annuels (+7,5 % vs 2013/14 et -0,5 % vs moyenne 5 ans) et du panier moyen à 1,44 kg (+3,4 % vs 2013/14 et +0,1 % vs moyenne 5 ans).

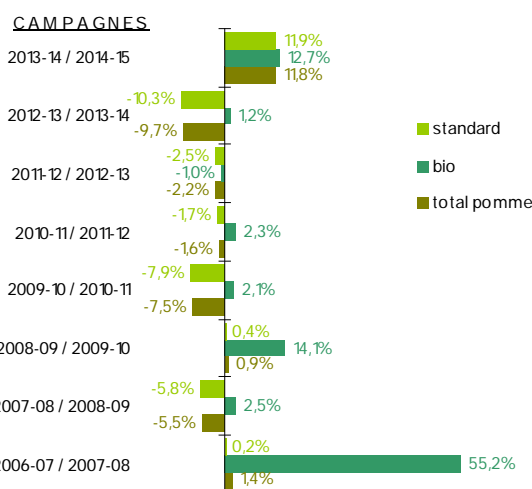
### Achats de pommes



Source : panel de consommateurs Kantar - élaboration FranceAgriMer

Le prix moyen d'achat des pommes, soit 1,66 €/kg, recule quant à lui de 6 % par rapport à la campagne précédente mais reste supérieur de 1,1 % par rapport à la moyenne.

### Evolution des quantités achetées de pommes fraîches

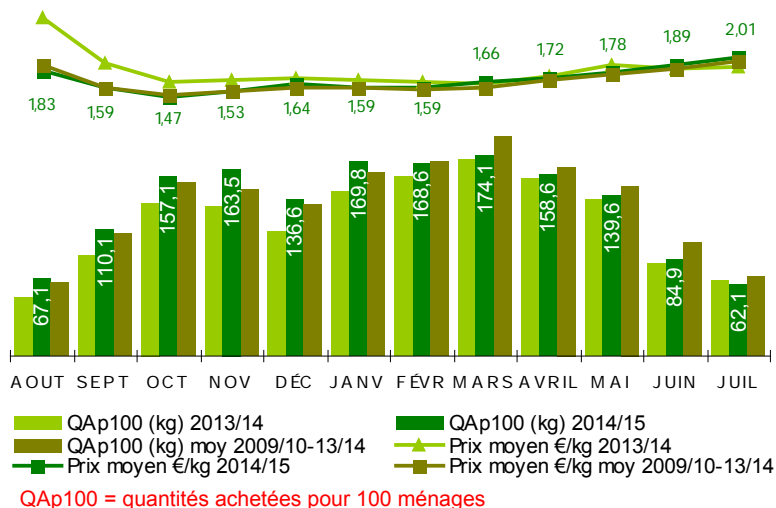


Source : panel de consommateurs Kantar - élaboration FranceAgriMer

Par ailleurs, si les quantités achetées augmentent aussi bien en « standard » qu'en « bio », on observe qu'après 10 ans d'évolution continue, la part du bio dans les achats de pommes se stabilise pour la première fois, à 5,4 %.

Mensualisés, et tous segments confondus, les achats de pommes sont supérieurs à la campagne précédente tout au long de l'année, et en retrait par rapport aux cinq campagnes précédentes de février à juillet, où les prix moyens sont, en parallèle, plus élevés.

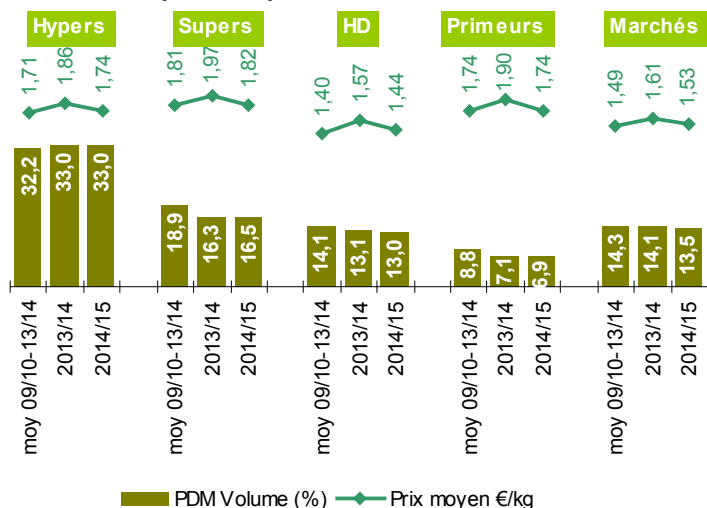
### Achats mensuels de pommes



Source : panel de consommateurs Kantar - élaboration FranceAgriMer

## Consommation nationale (suite)

### Parts de marché en volume et prix moyens d'achat des pommes par circuit de distribution



Comme pour les campagnes précédentes, les hypermarchés et les supermarchés restent les lieux d'achats privilégiés des ménages pour leurs achats de pommes, devant les marchés, le hard discount et les primeurs.

S'agissant des prix moyens d'achats, ils sont en baisse dans l'ensemble des circuits.

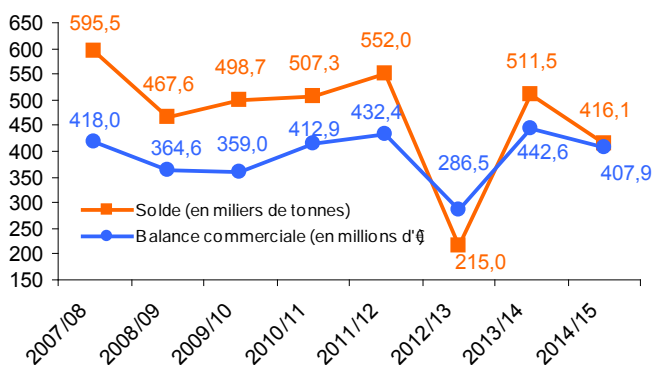
En termes de régionalisation, c'est le bassin parisien qui prédomine avec 19 % de parts de marché volume dans les achats de pommes, le centre-ouest étant la région qui pèse le moins (7 %).

Le cœur de clientèle reste quant à lui composé de ménages seniors de classes sociales moyennes inférieures.

Source : panel de consommateurs Kantar - élaboration FranceAgriMer

## Commerce extérieur de la France

### Balance commerciale et solde des échanges de la France en pommes de table\*



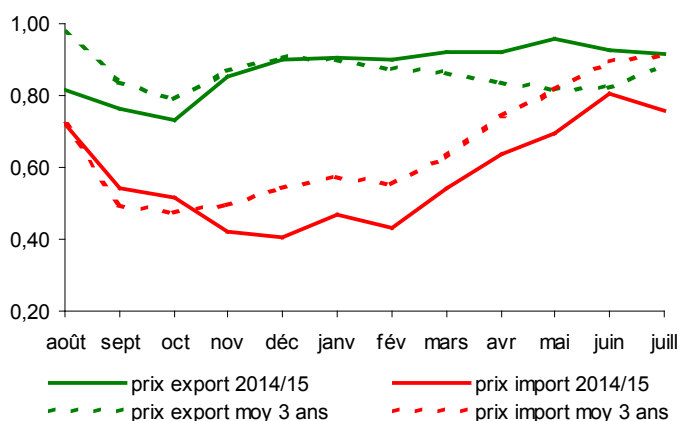
\*Total pommes fraîches à l'exclusion des pommes à cidre

Source : Douanes France/GTA

Par rapport à la campagne précédente, en passant de 442,6 à 407,9 millions d'euros, la balance commerciale se détériore légèrement en 2014/15 mais elle reste malgré tout bien au-dessus du creux de la campagne 2012/13 (286,5 millions d'euros). La dégradation du solde des échanges a été plus marquée en volume. Entre 2013/14 et 2014/15, il est passé de 511 500 tonnes à seulement 416 100 tonnes.

La baisse de récolte en 2014 n'a pas permis d'avoir un apport suffisant pour maintenir tout au long de la campagne un niveau d'exportations comparable à la moyenne 3 ans (-6 %, soit 593 200 tonnes). Les quantités importées ont également été en diminution (-12 % soit 177 150 tonnes). A l'exception du mois d'août, les volumes exportés ont tout au long de la campagne été inférieurs à ceux de la moyenne 3 ans. Les exportations, vers les pays européens notamment, ont manqué de dynamisme en raison de l'abondance des récoltes dans les principaux pays producteurs en Europe.

### Le prix moyen des exportations et importations françaises de pommes de table sur la campagne 2014/15 (en €/Kg)

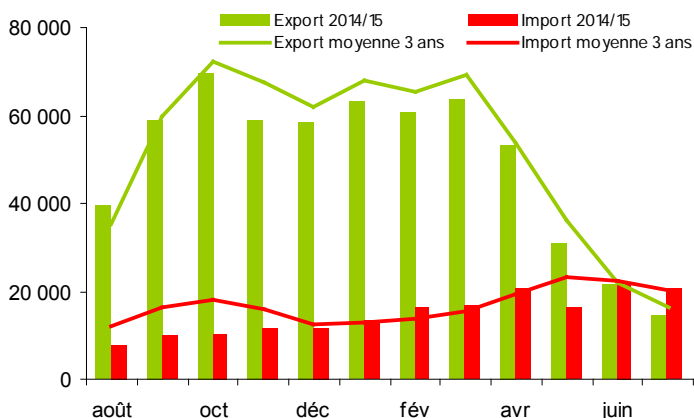


Source : Douanes France/GTA

Sur le début de campagne, c'est-à-dire d'août à novembre 2014, les exportations ont été moins bien valorisées qu'au cours de la moyenne 3 ans, avant de remonter à des niveaux de prix élevés sur le reste de la campagne.

A l'opposé, le prix moyen des importations, du mois d'août au mois d'octobre 2014 a été en hausse comparé à la moyenne des 3 précédentes campagnes. Par la suite, il est descendu à des niveaux plus bas que la moyenne jusqu'à la fin de la campagne, en juillet 2015.

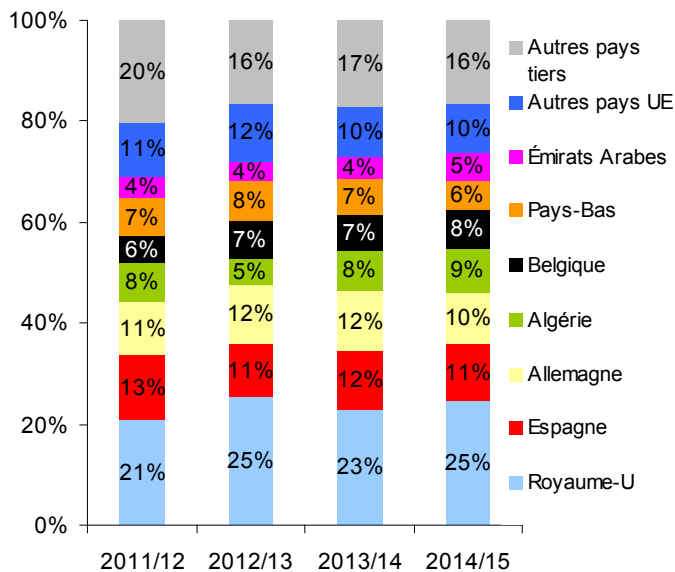
### Echanges mensuels de la France en pommes de table au cours de la campagne 2014/15 (en tonnes)



Source : Douanes France/GTA

## Commerce extérieur de la France (suite)

### Evolution de la répartition des exportations en valeur par destination au cours des 4 dernières campagnes (7 principaux pays destinataires)



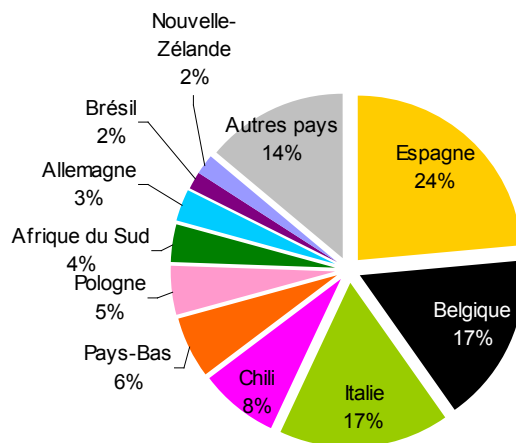
Source : Douanes France/GTA

Les 4 premiers clients de la France que sont le Royaume-Uni (25 % en valeur, 20 % en volume), l'Espagne (11 % en valeur, 14 % en volume), l'Allemagne (10 % en valeur, 8 % en volume) et l'Algérie (9 % en valeur, 12 % en volume) ont représenté plus de la moitié des pommes exportées par la France en valeur et en volume.

D'années en années, on assiste à une évolution des destinations pour les volumes de pommes exportées par la France. Le poids de la zone UE à 28 perd du terrain puisqu'il y a 7 ans, elle représentait près de 80 % des flux exportés par la France. Durant la dernière campagne 2014/15, elle ne représentait plus que 67 %.

Plus en détail, on a vu la part du Royaume-Uni, des Pays-Bas et de l'Allemagne diminuer au profit de l'Espagne et de l'Algérie. Néanmoins, si l'on observe les valeurs, cette évolution à la faveur des pays tiers ressort moins. Pour cause, les exportations de pomme de table vers les pays de l'UE, notamment vers les marchés britannique et allemand, sont nettement mieux valorisées.

### Provenance des importations françaises de pomme de table en volume en 2014/15



Source : Douanes France/GTA

D'août 2014 à juillet 2015, la France a importé 83 % des volumes en provenance de pays de l'UE à 28, dont 23 % d'Espagne, 17 % de Belgique ou d'Italie.

Le poids des importations de pomme de contre-saison produite dans l'hémisphère Sud (Chili, Afrique du Sud, Nouvelle-Zélande, Brésil, Argentine notamment) recule (16 % des volumes vs 20 % en 2013/14).

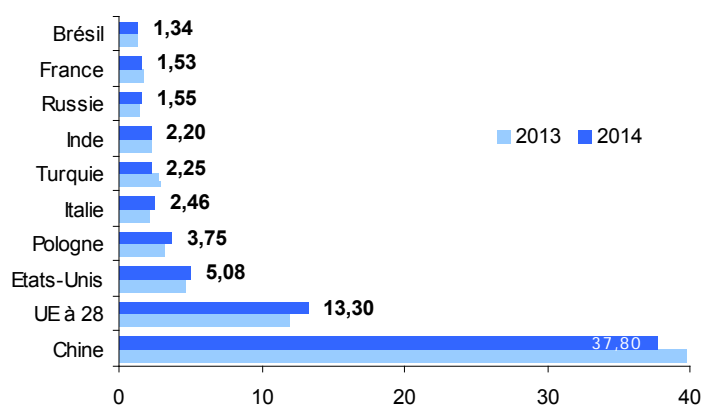
## Focus sur le marché mondial et européen

### La production de pomme dans le monde et dans l'Union européenne

D'après le dernier bilan de l'USDA, la production mondiale de pomme pour 2014/15 est estimée à un niveau record de 70,89 millions de tonnes, en légère baisse par rapport à la campagne précédente (-1,2 %).

Avec 37,8 millions de tonnes en 2014/15, la Chine assure 53 % de la production mondiale. Ses volumes reculent de 1,88 million de tonnes par rapport à 2013/14. L'Union européenne dans son ensemble, est le deuxième bassin de production de pomme dans le monde derrière la Chine, sa récolte a atteint 13,3 millions de tonnes en 2014/15. Aux Etats-Unis, avec des volumes en hausse de 8,7 % par rapport à la campagne précédente, la récolte a atteint 5,08 millions de tonnes. Avec la diminution de sa récolte en 2014, la France perd un rang et se positionne comme le 8<sup>ème</sup> pays producteur de pomme dans le monde.

### Principaux pays producteurs de pommes en 2014 (en millions de tonnes)



Sources : Usda, Wapa, Eurostat, Agreste

## Focus sur le marché mondial et européen (suite)

### Production européenne par pays (en milliers de tonnes)

	2012	2013	2014	Variation 2013 à 2014
Pologne	2 900	3 170	3 750	18%
Italie	1 939	2 122	2 456	16%
France	1 306	1 688	1 532	-9%
Allemagne	972	804	1 116	39%
Hongrie	750	585	920	57%
Espagne	391	464	505	9%
Roumanie	351	387	382	-1%
Pays-Bas	281	314	353	12%
Belgique	220	220	318	45%
Portugal	221	284	272	-4%
<b>Total UE 28</b>	<b>12 207</b>	<b>11 975</b>	<b>NC</b>	<b>-100%</b>

Sources : Wapa, Eurostat, Agreste

Au niveau européen, la Pologne a obtenu la plus importante récolte de pommes avec 3,75 millions de tonnes en 2014, devant l'Italie (2,46 millions de tonnes) et la France (1,53 million de tonnes). Par rapport à la campagne précédente, certains pays de l'UE ont connu une nette hausse de leur production, c'est le cas de l'Allemagne (+39 %), de la Hongrie (+57 %), de la Belgique (+45 %), de la Pologne (+18 %) et de l'Italie (+16 %). A l'opposé, la France (-9 %), la Roumanie (-1 %) et le Portugal (-4 %) sont les seuls pays de l'UE à voir leur production diminuer. Néanmoins, il est important de préciser que la récolte précédente, en 2013, avait été en net recul pour l'Allemagne et la Hongrie.

### Les échanges mondiaux en pommes fraîches (pommes à cidre y compris)

Principaux exportateurs en 2014/15 (en milliers de tonnes)			
		2014/15	évolution vs 2013/14
1 <sup>er</sup>	Italie	1 118,6	28%
2 <sup>e</sup>	Etats-Unis	1 041,4	23%
3 <sup>e</sup>	Pologne	889,9	-20%
4 <sup>e</sup>	Chine	763,8	-17%
5 <sup>e</sup>	Chili	677,0	-18%
6 <sup>e</sup>	France	606,2	-15%

Source : Douanes France/GTA

### Principaux importateurs en 2014/15 (en milliers de tonnes)

		2014/15	évolution vs 2013/14
1 <sup>er</sup>	Russie	811,0	-35%
2 <sup>e</sup>	Allemagne	548,8	-27%
3 <sup>e</sup>	Royaume-Uni	418,9	-7%
4 <sup>e</sup>	Lithuanie	377,6	412%
5 <sup>e</sup>	Mexique	314,1	39%
9 <sup>e</sup>	France	183,1	-1%

Source : Douanes France/GTA

Sur la campagne 2014/15, avec une nette progression des volumes exportés par rapport à 2013/14, l'Italie et les Etats-Unis dominent les exportations mondiales de pommes fraîches avec respectivement 1,12 et 1,04 million de tonnes. Ainsi les 2 pays passent devant la Pologne et la Chine qui étaient leaders des exportations les années précédentes. La France, qui avait pu bénéficier d'une forte remontée de ses exportations (+31 %) lors de la campagne précédente, a vu ses exportations diminuer (-15 %) pour se placer au 6<sup>ème</sup> rang des pays exportateurs de pomme.

Malgré l'embargo russe mis en place dès août 2014 pour les produits frais en provenance de l'UE, la Russie reste de loin le premier marché importateur de pommes fraîches dans le monde en 2014/15 avec près de 811 milliers de tonnes importées. En raison de cette situation, les provenances des importations russes ont évolué : la Biélorussie représente désormais 42 % des volumes importés, la Serbie 18 %, la Chine 11 % et l'Azerbaïdjan 6 %. Lors de la précédente campagne, 43 % des volumes de pommes fraîches importées par la Russie provenaient de Pologne.

Directeur de la publication : **Eric Allain**

Composition : **RNM d'Agen (Nathalie Duranton-Éveillard)**

Date de parution : novembre 2015

Rédacteurs :

pages 1 à 3

pages 4 à 8

**Laurent Guiavarch**

**Unité cultures et filières spécialisées**

**RNM**

**Direction marchés, études et prospective**

notre site : <https://www.rnm.franceagrimer.fr>

Reproduction autorisée sous réserve de citer la source.

Prestation réalisée sous système de management de la qualité ISO9001.