

Note de conjoncture

> L'analyse économique de FranceAgriMer



● 19 décembre 2017

La situation des fruits et légumes d'hiver en 2017

Les marchés des fruits et légumes d'hiver sont diversement orientés. Pour certains produits, la consommation, peu dynamique malgré les températures de saison, ne permet pas d'absorber les volumes ; pour d'autres la situation est plus équilibrée. En légumes, le marché est difficile en **endive** et **chou-fleur**, pour lesquels la demande est inférieure à l'offre, plus animé en **carotte** et **poireau**. En fruits, l'activité est dynamique en **clémentine corse**, mais plus calme en **noix**, **pomme** et **poire**.

Début novembre, le commerce de l'**endive** est assez lent, malgré les nombreux engagements et des opérations de retrait en direction des banques alimentaires sont nécessaires pour éliminer le surplus de production. En fin de mois, le forçage des derniers stocks de racines de la campagne précédente est terminé. Les rendements évoluent lentement, pour atteindre en moyenne 70 kilos par bac et la qualité des produits est hétérogène. Les cours sont relativement stables, en dessous de ceux de la dernière campagne, et de la moyenne quinquennale.

La production de **chou-fleur** s'écoule difficilement, tant sur le marché national, que sur le marché allemand. La concurrence des produits espagnols et italiens est forte. Les cours sont en dessous de la moyenne quinquennale et le marché est déclaré en situation de crise conjoncturelle entre le 24 novembre et le 12 décembre.

Depuis le début de la campagne 2017, les cours de la **carotte** sont relativement stables. Les opérations de promotions rythment le marché et les départs à l'export sont rares. La demande est intéressée, et le marché est équilibré. La qualité des produits est satisfaisante, même si les gros calibres, plus difficiles à écouler, sont très présents.

La production de **poireau** s'annonce en hausse par rapport à la dernière campagne : les surfaces ont

légèrement progressé, ainsi que les rendements. Fin novembre-début décembre, le marché est bien équilibré et les ventes sont fluides. Les nombreuses actions promotionnelles permettent l'écoulement de gros volumes et les plannings de récoltes des opérateurs sont respectés. Les cours sont stables, au niveau de la moyenne 5 ans, mais en deçà de la campagne précédente.

La campagne **clémentine corse** a démarré début novembre. Les volumes annoncés sont inférieurs de 25 à 30 % à ceux de 2016. Les ventes sont pré cadrées vers les GMS avec un écoulement fluide et un marché très porteur. Les cours se réajustent dans tous les calibres en raison des actions promotionnelles engagées.

La fin de la campagne de la **noix sèche** approche et l'activité est calme sur un marché équilibré. Le déstockage s'opère à un rythme régulier, à des prix stables. L'export est pénalisé par une vive concurrence des produits en provenance d'Amérique et des pays de l'Est. Les cours sont supérieurs à ceux de la dernière campagne, et à la moyenne quinquennale.

L'activité demeure réduite sur le marché de la **pomme** avec une demande intérieure en retrait pour l'ensemble des variétés. En direction de l'export, l'intérêt de la demande se confirme encore, vers le Grand Export, mais également vers l'Europe. La concurrence des agrumes et produits exotiques s'accroît avec le développement de l'offre. Le disponible diminue selon les variétés, dans l'attente de l'ouverture en janvier de nouvelles chambres sous atmosphère contrôlée. Les cours sont globalement stables, et proches de la moyenne 5 ans.

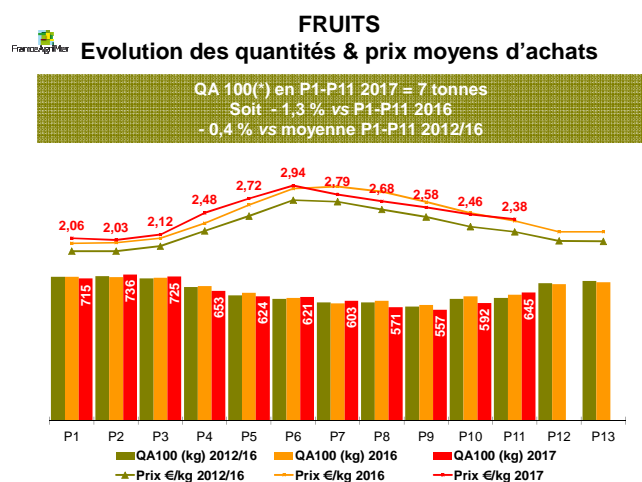
Sur le marché de la **poire**, l'activité commerciale est calme, mais le faible disponible permet de maintenir des cours fermes. La concurrence des autres fruits de saison est forte. Les taux de sucre élevés génèrent des évolutions rapides de la maturité de certains lots, entraînant des écarts de prix importants. Néanmoins, les cours sont globalement stables, supérieurs à ceux de la campagne précédente et de la moyenne 5 ans.

Consommation (Source Kantar Worldpanel)

Du 26 décembre 2016 au 29 octobre 2017

Fruits

Entre le 26 décembre 2016 et le 29 octobre 2017 (périodes P1-P11/2017), les achats de fruits par les ménages français pour leur consommation à domicile, totalisent 7,05 tonnes de fruits pour 100 ménages, ce qui représente une baisse de 1,3 % vs 2016 et de 0,4 % vs moyenne 2012/16. Les prix moyens sont quant à eux proches de ceux de 2016.



(*) Quantités achetées pour 100 ménages

Source : Kantar Worldpanel

Sur l'ensemble de la période (périodes P1 à P11, soit du 26 décembre 2016 au 29 octobre 2017), les fruits les plus achetés sont, dans l'ordre : la pomme, la banane, l'orange, la pêche-nectarine, la clémentine et la poire.

Tous sont en recul par rapport à 2016, à l'exception de la banane.

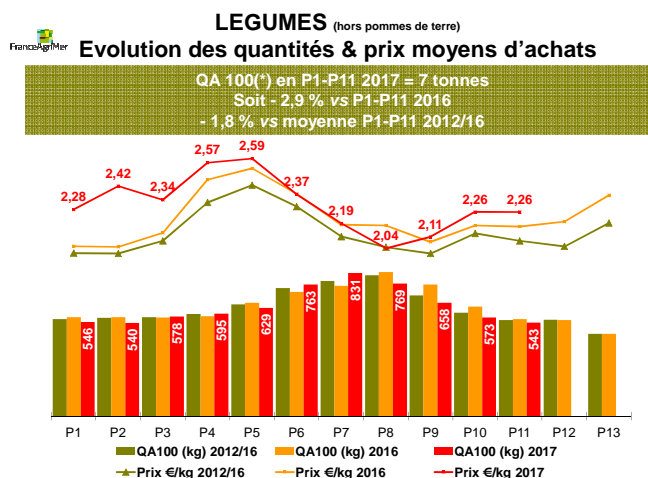
Période	Quantités achetées / 100 ménages		
	P1-P11 2016	P1-P11 2017	Var. %
Pomme	1272 kg	1185 kg	- 6,8 %
Banane	1140 kg	1152 kg	+ 1,1 %
Orange	950 kg	934 kg	- 1,7 %
Pêche-nectarine	673 kg	666 kg	- 1,0 %
Clémentine	535 kg	514 kg	- 3,8 %
Poire	380 kg	364 kg	- 4,1 %
Total fruits	7 135 kg	7 045 kg	- 1,3 %

Source : Kantar Worldpanel

Légumes

Pour les légumes également, les volumes d'achats sont en retrait par rapport à 2016. En effet, entre le 26 décembre 2016 et le 29 octobre 2017, les français ont acheté, pour leur consommation à domicile, 7,03 tonnes de légumes pour 100 ménages, soit - 2,9 % vs 2016 et - 1,8 % vs 2012/16.

En dehors de la période estivale, les prix moyens sont légèrement supérieurs à ceux de l'année précédente.



(*) Quantité achetée pour 100 ménages

Sur l'ensemble de la période, les légumes les plus achetés sont, dans l'ordre : la tomate, la carotte, le melon, la courgette, la salade et l'endive. Tous sont en recul par rapport à 2016.

Période	Quantités achetées / 100 ménages		
	P1-P11 2016	P1-P11 2017	Var. %
Tomate	1305 kg	1219 kg	- 6,5 %
Carotte	761 kg	759 kg	- 0,2 %
Melon	714 kg	665 kg	- 6,9 %
Courgette	488 kg	441 kg	- 9,7 %
Salade	467 kg	434 kg	- 7,0 %
Endive	415 kg	399 kg	- 4,0 %
Total légumes	7 240 kg	7 029 kg	- 2,9 %

Source : Kantar Worldpanel

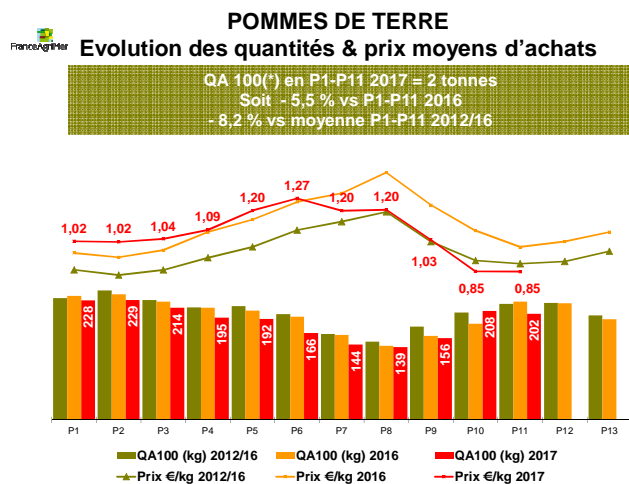
Pommes de terre

Les grandes difficultés rencontrées par la filière, notamment la chute du prix des pommes de terre à la production s'est rapidement répercutée dans les prix au détail.

En effet, le prix au détail des pommes de terre, en diminution depuis le mois de mai, a fortement chuté à partir de septembre : sur la période P10 (c'est-à-dire du 4 septembre au 1^{er} octobre 2017) il est passé pour la première fois en dessous de la moyenne 5 ans et en dessous d'1 €/kg avec 0,85 €/kg en moyenne.

Cela représente un prix de vente inférieur de 7 % à la moyenne à la moyenne quinquennale et de 22 % par rapport à la même période en 2016.

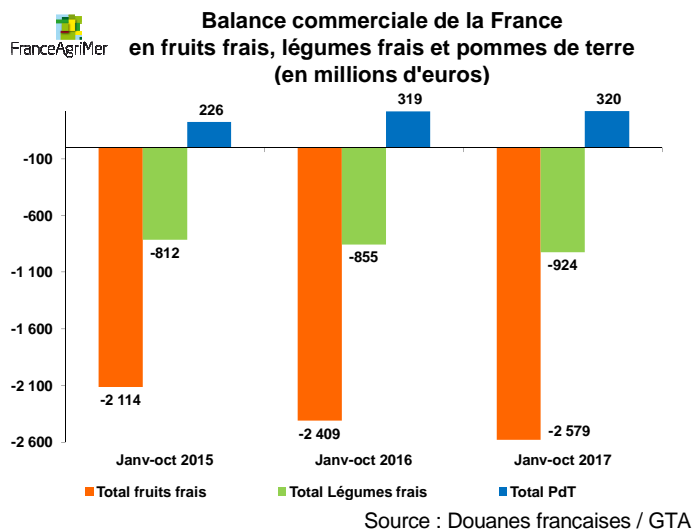
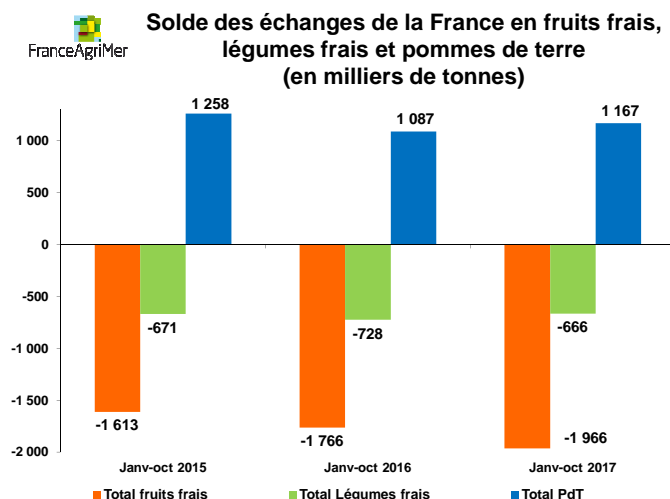
Les prix sont restés à ces niveaux très bas en P11 (du 2 au 29 octobre) : 0,85 €/kg en moyenne, soit - 5 % par rapport à la moyenne quinquennale et - 14 % par rapport à 2016.



Source : Kantar Worldpanel

Malgré ces prix particulièrement bas, les achats sont pourtant en recul de 8,2 % par rapport à la moyenne quinquennale sur l'ensemble de la période et de 8,6 % durant le mois d'octobre.

Commerce extérieur (janvier-octobre 2017)



Fruits

Durant les dix premiers mois de l'année 2017, le déficit commercial français en fruits frais (- 2,1 millions d'euros en cumul) s'est aggravé par rapport à l'année précédente (+ 7 %) et à 2015 (+ 20 %) à la même période. En volume, on retrouve ce même phénomène de diminution du déficit du solde des échanges dans des proportions similaires (+ 11 % vs 2016 et + 22 % vs 2015).

Légumes

En revanche, pour les légumes, en volume, le déficit s'est légèrement resorbé en 2017 par rapport à 2016. Mais avec un total de - 924 millions d'euros sur la période janvier-octobre, le déficit commercial (+ 8 % vs 2016 et + 14 % vs 2015) s'est accentué en raison du renchérissement global des importations.

Pommes de terre

Les pommes de terre font à nouveau exception et présentent au contraire un excédent commercial conséquent. Mais si la France a exporté largement plus de volumes de pomme de terre en 2017 (janvier-octobre) la balance commerciale est quasiment identique à 2016 en raison d'une moindre valorisation des exportations surtout sur la période automnale.

Focus prune

La campagne prune 2017 a débuté mi-juin avec l'arrivée sur le marché des variétés américano-japonaises, alors que la demande était encore très orientée sur les autres produits de saison.

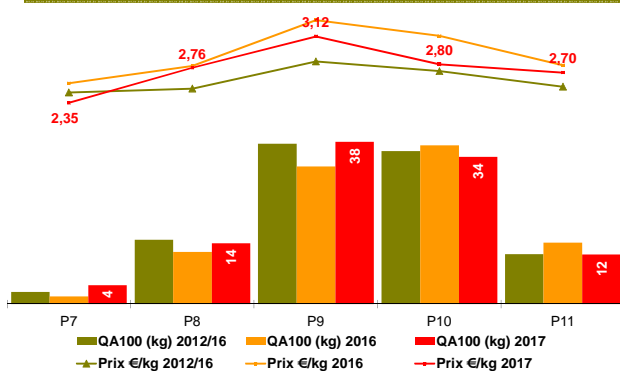
L'activité a été dynamisée par l'entrée en commercialisation de la reine-claude. Les cours ont été au niveau de la moyenne quinquennale et globalement inférieurs à ceux de la campagne précédente.

Au cours de la campagne prune 2017 (5 périodes de 4 semaines P7 à P11, soit du 12 juin au 29 octobre), les achats pour la consommation à domicile ont représenté 102 kg pour 100 ménages, soit un volume en augmentation par rapport à la campagne précédente (+ 5 % vs 2016) mais équivalent à la moyenne des cinq dernières années (+ 0,1 %).

Prune

Evolution des quantités & prix moyens d'achats

QA 100(*) en P7-P11 2017 = 102 kg
Soit + 5 % vs P7-P11 2016
- 0,1 % vs moyenne P7-P11 2012/16

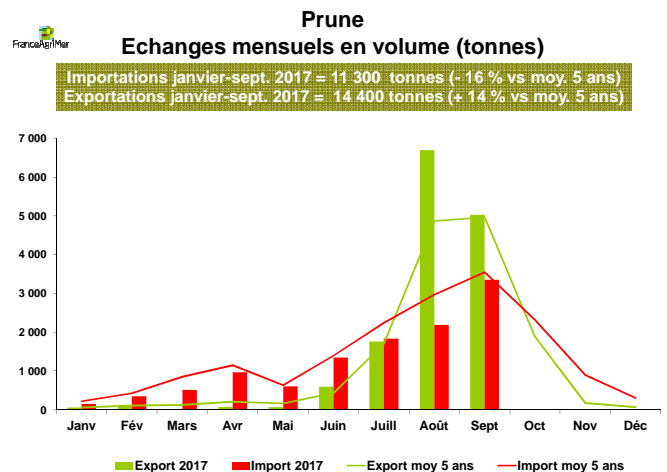


(*) Quantités achetées pour 100 ménages

Source : Kantar Worldpanel

En 2017, les mirabelles ont pesé pour 10 % dans les achats de prunes des ménages et les reines-claude pour 12 %. En effet, les variétés plus précoces, prépondérantes en début de saison (périodes P7 à P9 ci-dessus) mais au mois de septembre (P10) les deux variétés reine-claude et mirabelle ont représenté à elle seules plus du tiers des achats en volume (37 % en septembre 2017).

De janvier à septembre 2017, les quantités de prunes importées par la France (plus de 75 % des importations en volume ont lieu durant la période juin-septembre) ont nettement diminué par rapport à la moyenne quinquennale (- 16 %). Les exportations, dans le même temps, ont au contraire augmenté de 14 % et atteignent 14 400 tonnes cumulées. En conséquence le solde des échanges est largement positif pour la France (+ 3 000 tonnes et + 7 millions d'euros)



Les exportations françaises de prune sont très concentrées dans le temps et dans leurs destinations. Ainsi, un groupe restreint de destinations, toutes européennes (Belgique, Allemagne, Suisse, Royaume-Uni, Pays-Bas, Espagne) concentrent l'essentiel des exportations françaises de prunes (plus de 90 %). Sur le cumul des mois de juin à septembre 2017 (environ 95 % des exportations annuelles en moyenne). La Belgique reste la première destination des exportations françaises de prunes en volume (34 % en 2017). Après la Belgique, viennent l'Allemagne (22 %) et la Suisse (15 %)

Rédaction : Unité Filières spécialisées - Unité Prix et consommation/
Direction Marchés, études et prospective