

Note de conjoncture

> L'analyse économique de FranceAgriMer



● 26 septembre 2018

La situation des fruits et légumes d'été en 2018

Les marchés des fruits et légumes d'été se caractérisent globalement par des cours supérieurs à la moyenne quinquennale, du fait d'un déséquilibre entre une offre plus restreinte sur la majorité des produits et une demande favorisée par les conditions climatiques estivales. En septembre, pour la **tomate** et le **concombre**, la demande est active, l'offre limitée, et les cours sont fermes. En **courgette**, le marché est en revanche déséquilibré et les cours reculent. Côté fruits, les derniers volumes de **pêches-nectarines** s'écoulent facilement, tandis que les ventes de **pommes** et de **raisins** sont plus lentes.

Début septembre, la pression de l'offre en **tomate** sur les marchés de l'ensemble des bassins de production français baisse. L'écoulement est fluide et la demande accepte les hausses sensibles des cours sur presque toute la gamme. Le commerce des petits fruits est plus lent, la concurrence extra nationale (Maroc, Espagne) étant importante. Les cours de la tomate sont supérieurs à ceux de la dernière campagne et à la moyenne quinquennale.

A l'approche de la fin de campagne le marché du **concombre** est bien orienté. Les ventes sont fluides, mais la concurrence croissante des produits espagnols fait pression sur les cours qui se réajustent à la baisse. L'origine française est néanmoins toujours recherchée avec un bon référencement en magasins. En septembre, les cours demeurent au-dessus de la moyenne quinquennale.

Le marché de la **courgette** est déséquilibré. L'offre se développe alors que la demande est peu intéressée. Les stocks sont importants, les ventes sont lentes et les cours régressent, pour se situer en dessous de la moyenne quinquennale. La concurrence espagnole est actuellement peu présente.

La production d'**artichaut** progresse pour dépasser la demande, malgré les nombreux engagements. La météo actuelle ne favorise pas la consommation. Le marché des petits calibres est plus dynamique, particulièrement en violet, favorisé par l'arrivée de la demande italienne.

En cette fin de campagne, le commerce du **melon** est lent, quasiment à l'arrêt début septembre, entraînant 4 jours de situation de crise conjoncturelle (du 7 au 12 septembre). Malgré l'offre en déclin, les ventes sont insuffisantes et des reports de stocks se cumulent. Les centrales d'achat se détournent du produit au profit d'autres fruits de saison. Mi-septembre, la baisse de production permet un meilleur équilibre du marché. Les cours repartent à la hausse, la météo estivale favorisant à nouveau la consommation.

La campagne **pêche-nectarine** qui se termine a été marquée par des cours historiquement élevés. Les températures caniculaires de l'été ont fortement stimulé la consommation alors que l'offre était en net recul par rapport à la campagne précédente. Les opérateurs ont ainsi peiné à honorer leurs commandes. Le fort déséquilibre du marché a entraîné une grande fermeté des cours tout au long de la campagne.

La mise en place de la nouvelle campagne **pomme** s'effectue sur un marché où la concurrence est importante, tant sur le territoire national qu'à destination de l'export. L'offre est mesurée et exclusivement composée de Gala. La concurrence des fruits d'été disperse la demande et les cours se tassent. A destination du Grand Export, les échanges sont plus lents avec une offre européenne importante et la demande vers l'Europe est très mesurée.

La campagne **poire d'été** s'achève sur un bilan plutôt positif. Tout au long de la campagne, les cours ont été supérieurs à ceux de 2017 et à la moyenne 5 ans, grâce à une demande active.

La campagne **raisin** 2018 démarre début août alors que la demande n'est pas vraiment positionnée sur le produit, les autres fruits d'été étant encore bien présents. Le marché est actif en Lavallée dont les apports sont restreints. En Muscat, les actions promotionnelles tirent des volumes mais le commerce manque globalement de dynamisme. En septembre, les volumes sont en hausse, et la mise en longue conservation régule progressivement le marché. Les prix se réajustent légèrement dans les deux variétés, à un niveau inférieur à la dernière campagne, mais au-dessus de la moyenne 5 ans.

Consommation

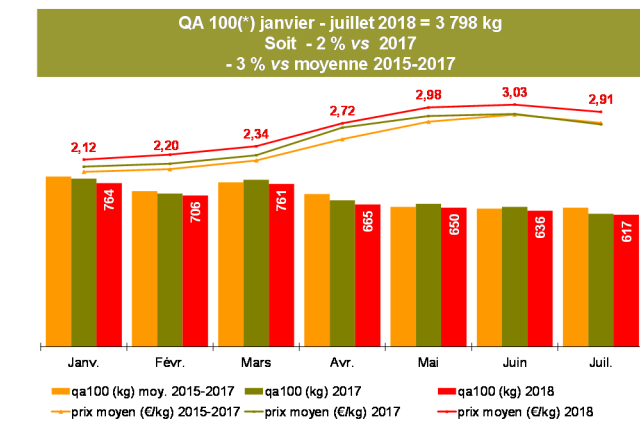
Janvier - juillet 2018

Source : Kantar Worldpanel par FranceAgrimer/Interfel/CNIPT

Fruits

Durant les sept premiers mois de l'année 2018, les achats de fruits par les ménages français pour leur consommation à domicile, se sont élevés à 4,8 tonnes de fruits pour 100 ménages, soit - 2 % vs 2017 et - 3 % vs moyenne 2015/17.

FRUITS



Source : Kantar Worldpanel

Ceci est principalement la conséquence d'une diminution du taux de pénétration qui est passé de 89,7 % sur cette période en 2017 à 89,2 % en 2018 (vs 89,8 % en moyenne triennale).

Sur l'ensemble de la période (janvier-juillet 2018), les fruits les plus achetés sont, dans l'ordre : la banane, la pomme, l'orange, la clémentine, la pêche-nectarine et la poire.

Période	Quantités achetées / 100 ménages (en kg)		
	Jan-juil. 2017	Jan-juil. 2018	Var. %
Bananes	814	839	+ 3 %
Pommes	851	823	- 3 %
Oranges	757	748	- 1 %
Clémentines	403	426	+ 6 %
Pêches*	391	326	- 17 %
Poires	229	217	- 5 %
Total fruits	4 915	4 798	- 2 %

* Y compris les nectarines

Source : Kantar Worldpanel

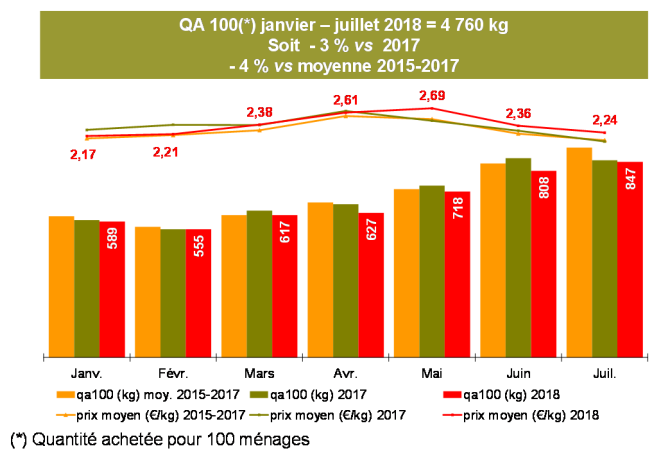
Fait notable, c'est la première fois que les achats de banane dépassent ceux de pomme sur cette période de l'année, conséquence double de la diminution des achats de pommes et de l'augmentation de ceux de bananes.

Légumes

Pour les légumes également, les volumes d'achats sont en retrait par rapport à 2017. En effet, de janvier à juillet 2018, les français ont acheté, pour leur consommation à domicile, 4,8 tonnes de légumes pour 100 ménages, soit - 3 % vs 2017 et - 4 % vs moyenne 2015-2017.

LEGUMES

Evolution des quantités & prix moyens d'achats



Source : Kantar Worldpanel

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.

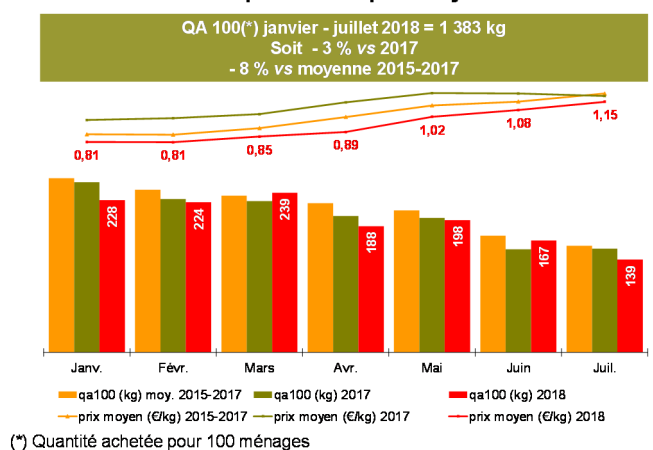
Année	Quantités achetées / 100 ménages (en kg)		
	Jan-juil 2017	Jan-juil 2018	Var. %
Tomates	857	836	- 2 %
Carottes	539	503	- 7 %
Melons	428	370	- 13 %
Courgettes	310	314	+ 1 %
Salades	298	298	-
Endives	303	296	- 2 %
Total légumes	4 913	4 762	- 3 %

Source : Kantar Worldpanel

Pommes de terre

Sur la période janvier - juillet 2018, le cumul des achats de pommes de terre par les ménages pour leur consommation à domicile totalise 1,4 tonne pour 100 ménages ce qui constitue un recul de - 3 % par rapport à l'année précédente et - 8 % par rapport à la moyenne. Ceci bien que les prix au détail soient sensiblement inférieurs à la moyenne.

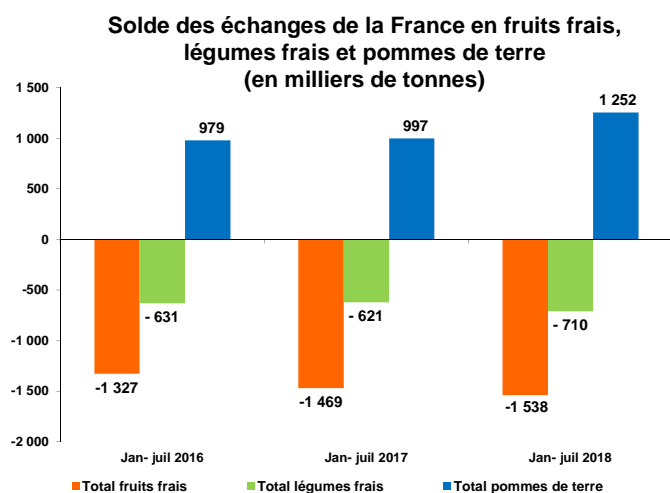
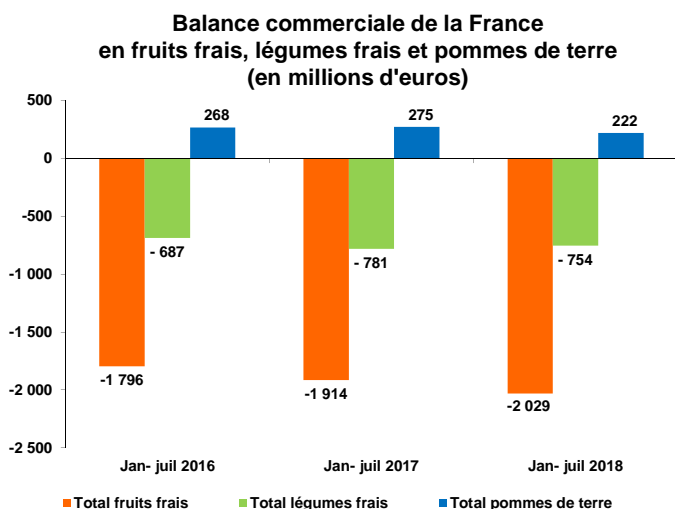
POMMES DE TERRE



Source : Kantar Worldpanel

Commerce extérieur

Janvier - juillet 2018



Source : Douanes françaises

Fruits

Durant la période janvier-juillet 2018, le déficit du solde des échanges en volume de la France en fruits frais s'est encore creusé et dépasse les 1,5 million de tonnes (soit une augmentation de 5 % par rapport à la même période en 2017). La hausse du déficit est légèrement plus forte en ce qui concerne la balance commerciale : il dépasse à nouveau les 2 milliards d'euros, soit une augmentation de 6 % vs 2017).

Légumes

A l'inverse, avec un total de - 754 millions d'euros sur cette même période, le déficit commercial de la France pour les légumes frais s'est légèrement résorbé en 2018 (- 3 % vs 2017).

Pommes de terre

Pour les pommes de terre, lors de la campagne 2017-2018 les volumes exportés se sont accrus, mais à des prix nettement inférieurs à la campagne précédente. En conséquence, le début de l'année 2018 reste marqué par une augmentation des volumes exportés (+ 19 %), mais une diminution de l'excédent commercial (- 19 %) qui demeure cependant largement positif (+ 222 millions d'euros).

Focus fraise

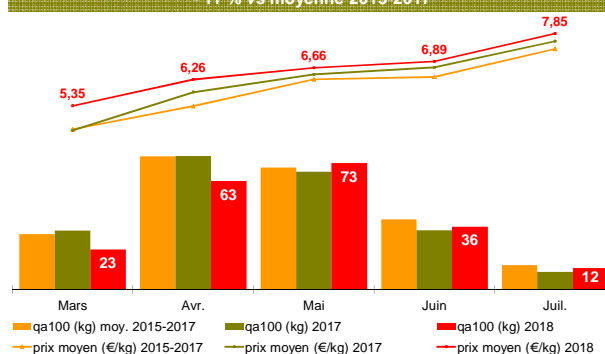
Campagne 2018

La campagne fraise 2018 est marquée par une production nationale en légère hausse par rapport à la campagne précédente et par des cours supérieurs à ceux de 2017 et à la moyenne quinquennale.

En 2018, les achats de fraise totalisent 207 kg pour 100 ménages sur la période de mars à juillet, ce qui représente diminution de 11 % par rapport à l'année précédente et 11 % par rapport à la moyenne 2015-2017. Ce recul de la consommation est lié à une nette diminution des achats en début de campagne.

Fraises Evolution des quantités & prix moyens d'achats

QA 100(*) mars - juillet 2018 = 207 kg
Soit - 7 % vs 2017
- 11 % vs moyenne 2015-2017



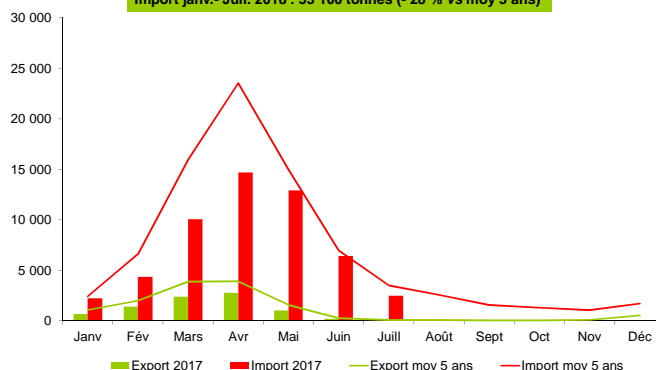
(*) Quantité achetée pour 100 ménages

Source : Kantar Worldpanel

Ce sont principalement les importations qui ont été impactées par cette baisse des achats des ménages. En effet, celles-ci accusent un recul de 28 % sur la période janvier - juillet 2017, avec un décrochage par rapport à la moyenne quinquennale particulièrement marqué en mars et en avril.

Echanges mensuels de la France en fraise (tonnes)

Export janv.-juil. 2018 : 8 500 tonnes (- 33 % vs moy 5 ans)
Import janv.-juil. 2018 : 53 100 tonnes (- 28 % vs moy 5 ans)



Sources : GTA / Douanes françaises / Le kiosque de Bercy

Les exportations (- 33 %) sont également en nette diminution, comme régulièrement depuis plusieurs années.

La consommation des légumes en conserve et surgelés chez les européens

L'objet de cette étude (Unilet/Anicc/Sonito/Fiac) est de quantifier sur la même base méthodologique les achats pour la consommation à domicile de légumes en conserve et de légumes surgelés, de 5 pays européens – Allemagne, Espagne, France, Italie et Royaume-Uni. Les pays européens retenus sont les plus peuplés, représentant au total plus de 320 millions de consommateurs. Cette étude est une photographie des leurs achats en 2016 et ne représentent pas la totalité des consommations.

Données étudiées : totaux marchés dont un détail pour certains légumes ; en conserve : champignons, petits pois, haricots verts, tomates, maïs doux, mélanges ; en surgelé : champignons, petits pois, haricots verts, épinards, tomates, choux, mélanges

Principaux résultats

Au-delà de l'uniformisation des goûts, les européens ne consomment pas tous des légumes transformés dans les mêmes proportions, ni les mêmes légumes. Les parts consacrées aux différentes technologies sont très variables, tout comme les dépenses.

La clientèle

En conserve, la clientèle italienne est la moins élevée, mais l'étude ne prend pas en compte les concentrés de tomates. Pour l'Allemagne et la France, la quasi-totalité des foyers sont acheteurs. En surgelé, les Britanniques sont nettement plus acheteurs que dans les autres pays.

Les volumes achetés

Dans 3 pays : l'Allemagne, la France et le Royaume-Uni, les volumes achetés de légumes en conserve se démarquent largement. Ils sont trois fois supérieurs à ceux consommés dans les pays du Sud tels que l'Italie et l'Espagne. En volume, les écarts d'achats de légumes surgelés sont nettement moins importants.

En valeur, la situation est très différente car selon les assortiments de légumes achetés, la dépense varie fortement entre les mêmes pays.

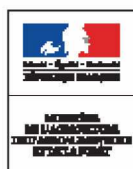
Les légumes achetés (sur les 5 pays cumulés)

En conserve, deux catégories de produits se détachent et représente ensemble plus d'un tiers des volumes, les tomates (hors concentrés et sauces) et les haricots grains (cuisinés ou non). Les achats de légumes mélangés (dont pois et carottes) sont très légèrement supérieurs aux volumes de haricots verts et de maïs doux. Les pois et les champignons représentent respectivement 5 % des achats. Une grande diversité d'autres conserves de légumes totalise moins de 20 % des achats.

En surgelé, 5 catégories de produits représentent 70 % des achats en volume : les mélanges, les pois, les épinards, les choux et les haricots. En valeur, la part des « autres légumes » représente près de la moitié des achats.

Evolution des volumes consommés

Entre 2014 et 2016, aucun des 5 pays considérés n'a connu d'évolution majeure sur ces marchés de produits de grande consommation courante. Les achats de légumes en conserve, qui représentent plus de 2,5 millions de tonnes ½ brut, ont diminué de 0,4 %. Dans le même temps, les achats de légumes surgelés qui pèsent plus de 1,1 million de tonnes ont augmenté de 1 %.



ÉTABLISSEMENT NATIONAL
DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

La note de conjoncture fruits et légumes est une publication de FranceAgriMer.

Directrice de la publication : Christine Avelin. Copyright : tous droits de reproduction réservés, sauf autorisation de FranceAgriMer. L'établissement national des produits de l'agriculture et de la mer s'efforce de diffuser des informations exactes et à jour et corrigera, dans la mesure du possible, les erreurs qui lui seront signalées. Toutefois, il ne peut en aucun cas être tenu responsable de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication qui ne vise pas à délivrer de conseils personnalisés. Photos : Phovoir.

12 rue Henri Rol-Tanguy / TSA 20002 / 93555 Montreuil cedex
Tél. : +33 1 73 30 30 00 / Fax : +33 1 73 30 30 30

www.franceagrimer.fr
www.agriculture.gouv.fr