

Points-clés / Perspectives

En avril, la situation particulière de crise sanitaire continue à impacter les filières agricoles. En **fruits et légumes**, les consommateurs **se dirigent préférentiellement vers le pré-emballé**, dont les ventes ont décollé, en particulier sur les premières semaines de confinement. **La communication mise en place a facilité une forte mise en avant de la production française en GMS** et une **reprise de la consommation des produits de saison** (fraises, asperges ...).

Avec la fermeture de la plupart des circuits de commercialisation (en particulier RHD), les centrales d'achat concentrent l'essentiel de la demande. L'offre, quant à elle, est variable selon les produits. En **pomme et pomme de terre**, les volumes permettent d'alimenter la demande et les difficultés rencontrées sont principalement d'ordre logistique. L'offre de **fraises, d'asperges** et de **tomates**, malgré une production croissante, reste en deçà de la demande qui est très active. En **endive**, la filière manque de main d'œuvre, ce qui rend l'offre fortement déficitaire face à une demande en augmentation.

D'après les données KANTAR*** sur la période du 24 février au 22 mars (P3), les quantités achetées de **fruits et légumes frais** pour 100 ménages français, tous circuits confondus, sont en augmentation (+ 6,3 % vs. 2019). Cette progression est plus marquée pour les légumes (+ 9,5 % vs. 2019) que pour les fruits (+ 3,7 % vs. 2019). **En termes de circuits de commercialisation**, la part de marché en volume du online généraliste et celle des supermarchés se développent (respectivement + 1,2 pt et + 1,4 pt), aux dépens des marchés (- 1,7 pt) bien qu'ils n'étaient pas encore fermés pendant cette période.

POMME



Prix : ➔

Référence 5 ans* : + 11 %

Volume : ↘

En cette fin de campagne, **la pomme bénéficie d'une demande accrue**. Ce produit pouvant se conserver a attiré les consommateurs en cette période de confinement.

La demande s'est positionnée notamment sur les produits en sachet. Face à une demande forte, les stocks s'écoulent, même en petits calibres. Malgré un rythme plus soutenu, les stations de calibrage et conditionnement font face à la demande. En cette fin de campagne, les cours ont augmenté, pour ensuite se stabiliser au-dessus des cours de la campagne précédente à cette même période.

En termes de consommation, on note une progression des achats en volume sur P3*** (+ 12,5 % vs. P3 2019), grâce notamment à une augmentation du nombre d'acheteurs).

FRAISE



Prix : ➔

Référence 5 ans* : + 10 %

Volume : ↗

En fraise, après un début de campagne handicapé par l'absence de la demande, la campagne de communication et le réassort des GMS avec principalement des produits d'origine France **permettent désormais d'écouler la production**. Mais la demande a rapidement dépassé l'offre, qui souffre d'un ralentissement de la production dû à la baisse des températures en semaine 14.

Le week-end pascal a accru l'intérêt de la demande pour le produit. L'amélioration des conditions météo permet actuellement une augmentation de la production. Le plateau de production **en Gariguette** se poursuit en semaine 16. En **variétés rondes**, les volumes augmentent également avec l'arrivée des productions de Rhône-Alpes.

En termes de consommation, les achats en volume sur P3*** sont moins élevés que l'an dernier (- 13,5 % vs. P3 2019).

* Écart moyen de l'indicateur de marché par rapport à la moyenne olympique 5 ans sur la semaine s-1

** P3 : période du 24 février 2020 au 22 mars 2020 – panel Kantar

*** Données KANTAR pour FAM, INTERFEL, CTIFL, AIB et CNIPT

<p>TOMATE</p>  <p>Prix : → Référence 5 ans* : + 82 %</p> <p>Volume : ↗</p>	<p>La demande est très intéressée par toutes les variétés de tomates, à l'exception des petits fruits (cocktail et cerise). La production, ralentie par la météo de la semaine 14, est en deçà des volumes de 2018 (en semaine 16 la production est inférieure de 30 % à celle de 2018). Cependant, le retour d'un climat doux devrait permettre une augmentation des volumes à la production, notamment en Bretagne. L'offre étant toujours déficitaire par rapport à la demande, les cours se stabilisent mais restent élevés. Les petits calibres, en revanche, étant moins bien valorisés, les cours baissent.</p> <p>Après les fêtes de Pâques, l'activité est moins soutenue mais reste bonne. La demande est bien positionnée sur la production française.</p> <p>En termes de consommation, sur P3***, les achats en volume de tomates sont en légère baisse (- 2,9 % vs. P3 2019).</p>
<p>ASPERGE</p>  <p>Prix : → Référence 5 ans* : + 25 %</p> <p>Volume : ↗</p>	<p>Dans un premier temps, les producteurs d'asperges ont fait le choix de réduire la production face à une demande absente. Cependant, comme pour la fraise, la communication autour des difficultés de la filière a relancé la consommation. La situation s'est donc inversée et la demande est devenue supérieure à une offre déficitaire.</p> <p>La forte demande du week-end pascal, traditionnellement suivi par une diminution de la consommation, s'est pourtant maintenue. La faiblesse de l'offre actuelle permet un bon écoulement des volumes. Suite à l'amélioration des conditions météo, la production affiche une nette augmentation et les pics de production s'enchaînent dans les différents bassins. Dans ce contexte, les prix sont stables.</p> <p><i>Pour la consommation, compte tenu des faibles volumes sur P3***, il n'est pas pertinent de présenter les évolutions.</i></p>
<p>ENDIVE</p>  <p>Prix : ↗ Référence 5 ans* : + 256 %</p> <p>Volume : ↘</p>	<p>La production d'endives d'hiver a été fortement impactée par la crise sanitaire. En effet, le manque de main d'œuvre a handicapé la mise en culture en bac. Par ailleurs, la production, qui touche à sa fin (fin de la campagne), a également été impactée par la baisse des températures en semaine 14. L'offre est ainsi déficitaire, face à une demande qui ne cesse d'augmenter. Les prix sont en hausse.</p> <p>En termes de consommation sur P3***, les achats en volume d'endives sont moins élevés que l'an dernier (- 3,6 % vs. P3 2019).</p>

* Écart moyen de l'indicateur de marché par rapport à la moyenne olympique 5 ans sur la semaine s-1

** P3 : période du 24 février 2020 au 22 mars 2020 – panel Kantar

*** Données KANTAR pour FAM, INTERFEL, CTIFL, AIB et CNIPT

POMME DE TERRE



Prix : →

Volume : ↗

Après une **demande forte pour la pomme de terre** en début de confinement, celle-ci devient moins dynamique. Le marché reste régulier, mais les approvisionnements des GMS tiennent actuellement plus de compléments que de véritables réassorts. La production a décalé les plantations prévues en début de mois. Une réorganisation du calendrier est à prévoir avec le report de cette campagne sur la prochaine et des retards d'enlèvement prévus en juin et juillet. Concernant la demande, celle-ci est bien présente et régulière, sauf pour la **pomme de terre brossée/non lavée qui trouve peu de débouchés**.

À la **transformation**, de nombreuses industries sont fermées et seules quelques lignes sont en activité. L'industrie souffre d'un manque de débouchés, notamment avec la fermeture de la RHD et l'arrêt des exportations et seuls les volumes sous contrat sont enlevés.

Concernant les **pommes de terre en frais**, leurs achats en volume ont fortement progressé sur P3*** (+ 31,3 % vs. P3 2019), grâce notamment à un fort recrutement du nombre d'acheteurs.

** P3 : période du 24 février 2020 au 22 mars 2020 – panel Kantar

*** Données KANTAR pour FAM, INTERFEL, CTIFL, AIB et CNIPT