

● 22 mars 2022

## La situation des fruits et légumes d'hiver en 2021

En fin d'année 2021, à la mi-novembre, l'activité en rayon se dégrade en fruits et légumes de saison avec une fréquentation en GMS globalement en déclin en raison notamment du Black Friday et de l'approche des fêtes poussant les consommateurs à se détourner vers les achats de Noël. Fin décembre, la période de fêtes ne favorise pas la consommation de fruits et légumes d'hiver. Début janvier 2022, le marché des fruits et légumes se redynamise temporairement avec un regain d'intérêt pour la consommation de F&L grâce notamment à « l'effet rentrée » et à l'accélération du télétravail en janvier qui pousse les ménages à faire des courses. Ce regain d'intérêt s'essouffle rapidement au cours du mois de janvier et le marché se dégrade pour plusieurs produits comme le poireau, le chou-fleur, l'endive et la carotte, malgré une météo plus fraîche. Le marché au mois de février reste peu dynamique à l'image des mois précédents. L'inflation impacte, les producteurs avec la hausse des coûts de production et les consommateurs qui font des arbitrages, en raison de leur pouvoir d'achat en baisse, et détournent leurs dépenses des F&L. Début Mars, le regain de hausse des coûts de l'énergie causé par la guerre en Ukraine impacte le marché des fruits et légumes. Les opérateurs s'inquiètent des conséquences de cette crise sur le marché craignant un déséquilibre avec notamment le risque de voir certains marchés inaccessibles ce qui provoquerait des transferts de ventes vers d'autres marchés. La hausse des coûts de transports rend parfois les négociations difficiles à l'export. Le contexte géopolitique et le discours à la hausse des prix sembleraient impacter également la consommation des français qui se détourneraient des produits à DLC courte (donc les produits frais comme les F&L) pour aller vers des produits de grande consommation.

En décembre, le marché de l'**endive** est difficile avec une demande sans engouement et une offre importante. Une crise conjoncturelle s'étend du 19 novembre au 11 janvier pour reprendre du 21 janvier au 8 février avec un commerce de l'endive qui reste laborieux. La demande reste peu active et l'offre tend à diminuer entraînant une légère hausse des prix ce qui permet à l'endive de sortir de crise conjoncturelle. La consommation manque cependant toujours d'entrain. Mi-février, une

majorité d'opérateurs sont à jour entre production et sorties. Le commerce reste ensuite très calme mais correct jusqu'à la mi-mars.

En **poireau**, l'écoulement des stocks est lent face à une offre en augmentation et une demande qui s'essouffle à la fin du mois de novembre. Début décembre, les ventes restent insuffisantes alors que l'offre est bien présente. Le marché se dégrade ensuite progressivement en début d'année où une forte concurrence interbassin pousse à faire des concessions sur les prix pour écouler les stocks. Le poireau rentre en crise conjoncturelle le 19 janvier. En février et mars, le marché évolue peu. La crise conjoncturelle perdure. Les cours, déjà bas, baissent à nouveau pour fluidifier les ventes puis se stabilisent. Des invendus surviennent.

En **chou-fleur**, les volumes à la hausse saturent le marché fin décembre puis celui-ci s'améliore momentanément début janvier. Le chou-fleur passe ensuite en crise conjoncturelle le 19 janvier en raison d'une demande moins prononcée de la part des GMS. Les écoulements reviennent ensuite fluides malgré l'offre importante. Le chou-fleur sort de crise conjoncturelle le 26 janvier. Mi-février, une demande faible provoque à nouveau la baisse des cours et 2% des volumes partent en invendus. Les cours passent en dessous du seuil de Prix Anormalement Bas (PAB). Début mars, les disponibilités diminuent progressivement et se négocient à la hausse. Les cours repassent au-dessus du seuil de PAB.

En **carotte**, le marché est peu actif fin décembre alors que l'offre est très importante. La demande reste globalement atone en début d'année après quelques vellétés de dynamisme en semaine 1. Les cours peinent à se raffermir. Début février, l'offre importante fait face à une consommation en berne. L'ambiance commerciale reste sans dynamisme jusqu'à début mars. Des actions promotionnelles et des mises en avant en GMS rythment ponctuellement les transactions. Du côté des grossistes, les vacances scolaires ralentissent le commerce. Les cours restent stables, se rapprochant du seuil de PAB pour passer en dessous en semaine 11.

En **salade**, en décembre, la demande est en léger regain face à une offre réduite ce qui entraîne une hausse des cours. En janvier, le marché est globalement en équilibre avec une offre toujours limitée qui suffit à une demande sans entrain. Les

cours sont donc assez stables mais les ventes restent pénibles. Début février, les faibles disponibilités laissent place à des disponibilités en hausse grâce à une météo favorisant le développement des salades. La demande est en parallèle peu présente. Des concessions de prix sont donc nécessaires pour fluidifier les ventes ce qui entraîne une légère baisse des cours. Début mars, le marché évolue peu.

En **pomme**, début décembre, la demande est faible et des promotions sont appliquées pour fluidifier les ventes ce qui entraîne une légère baisse des cours même si ils restent globalement stables. L'offre limitée permet au marché d'être équilibré. Celui-ci est momentanément dynamique début janvier 2022. Mais la demande s'essouffle du côté des grossistes et la grande distribution fait pression sur les prix, ce qui entraîne une baisse des cours. Début février, les ventes sont peu actives et centrées autour des promos. La période de vacances scolaires ne favorise pas les ventes car les réapprovisionnements des collectivités sont assez prudents ce qui ralentie le déstockage des petits calibres. Début mars, le commerce reprend progressivement mais la demande reste réservée. L'offre réduite permet une augmentation des cours en semaine 10.

En **kiwi**, la campagne commence début novembre. L'intérêt pour le produit augmente progressivement. La concurrence néo-zélandaise reste présente. Les cours sont globalement stables et supérieurs à l'année précédente. Le marché n'est ensuite pas très dynamique fin décembre pendant les fêtes ce qui mène à une baisse des cours. En début d'année 2022, le marché est soutenu avec des ventes à la hausse en GMS comme chez les grossistes. Les consommateurs se tournent de plus en plus vers l'origine France. En février, les achats sont sur la réserve mais les transactions restent convenables. Les achats du côté grossistes sont limités par les vacances scolaires. Début mars, la consommation devient plus animée grâce à la rentrée scolaire.

En **clémentine corse**, le commerce débute mi-novembre de manière assez laborieuse avec des commandes assurées principalement par la grande distribution où des actions promotionnelles se mettent en place. En décembre, le commerce est irrégulier, les petits calibres sont difficiles à écouler. La demande augmente à l'approche de Noël durant lequel le marché est très dynamique et fluide. En parallèle, les volumes de production diminuent. Les cours sont fermes jusqu'à la fin de la campagne qui se termine progressivement avec une bonne dynamique grâce à une demande bien présente.

Source : Kantar Worldpanel

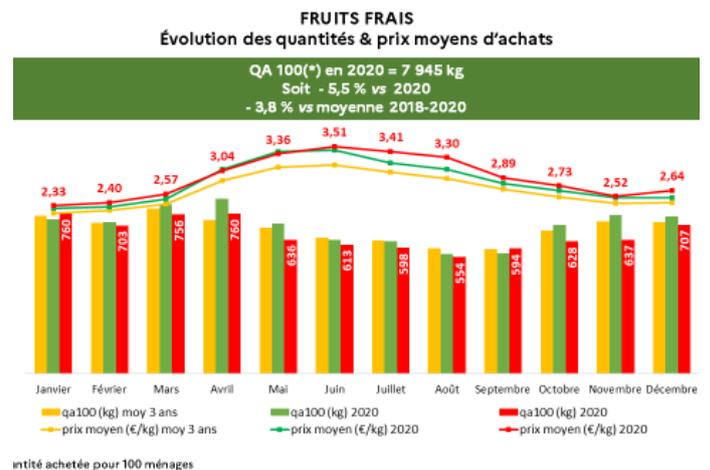
## Consommation Fruits et Légumes Frais

Bilan 2021

Source : Kantar Worldpanel pour FranceAgriMer/Interfel/CTIFL/CNIPT/AIB

### Fruits Frais

Après un rebond lié au contexte très particulier de l'année 2020, en 2021, les achats de fruits frais par les ménages français pour leur consommation à domicile, sont redescendus à 7,9 tonnes pour 100 ménages. Les achats sont donc en diminution de 5,5 % par rapport 2020 et de 3,8 % par rapport à la moyenne 2018-20. A l'exception du mois de janvier, cette baisse des achats s'observe tout au long de l'année, mais elle est particulièrement nette durant la période estivale avec une arrivée tardive des fruits de saison et un recul de la production française liée notamment aux gels de printemps.



Source : Kantar Worldpanel

Les prix ont été, tout au long de l'année, relativement proches de ceux de 2020, donc supérieurs à la moyenne triennale.

En 2020, les fruits les plus achetés sont, dans l'ordre : la banane, la pomme, l'orange, la clémentine-mandaraine, la pêche-nectarine et la poire.

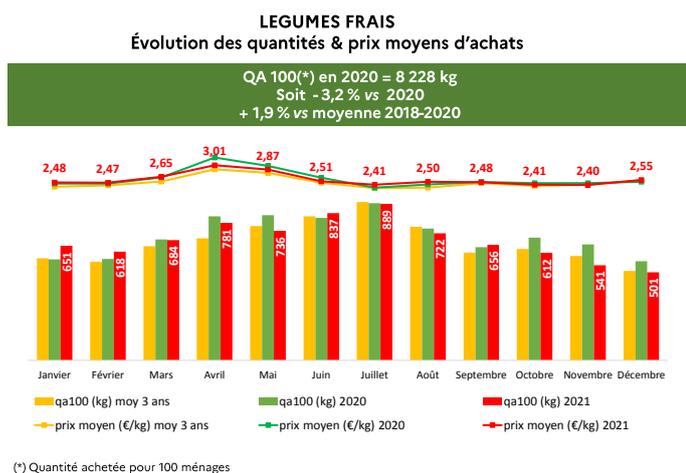
	Quantités achetées/ 100 ménages (en kg)		
	2020	2021	Evol. %
Banane	1428,3	1436,1	0,6
Pomme	1539,2	1327,3	-13,8
Orange	1147,7	1047,1	-8,8
Clémentine	802,7	788,0	-1,8
Pêche-nectarine	531,8	515,2	-3,1
Poire	438,0	378,7	-13,5
TOTAL FRUITS	8408,0	7944,7	-5,5

Source : Kantar Worldpanel

Tous les achats de ces fruits sont en diminution, à l'exception de la banane dont les achats, fait rare dépassent ceux de la pomme en 2021. Les reculs les plus marqués sont ceux de la pomme et la poire, dont les achats avaient fortement augmenté en 2020 lors des deux confinements.

## Légumes Frais

En 2021, les volumes d'achats des légumes frais sont inférieurs à ceux de 2020. Mais 2020 avait été une année très atypique, caractérisée par deux confinements au cours desquels les achats de légumes frais avaient été nettement supérieurs à la moyenne. Ainsi, bien qu'étant inférieurs à 2020, les achats de légumes frais en 2021 demeurent supérieurs à la moyenne (+ 1,9 %). Cet accroissement des achats de légumes frais est particulièrement notable au premier semestre.



Source : Kantar Worldpanel

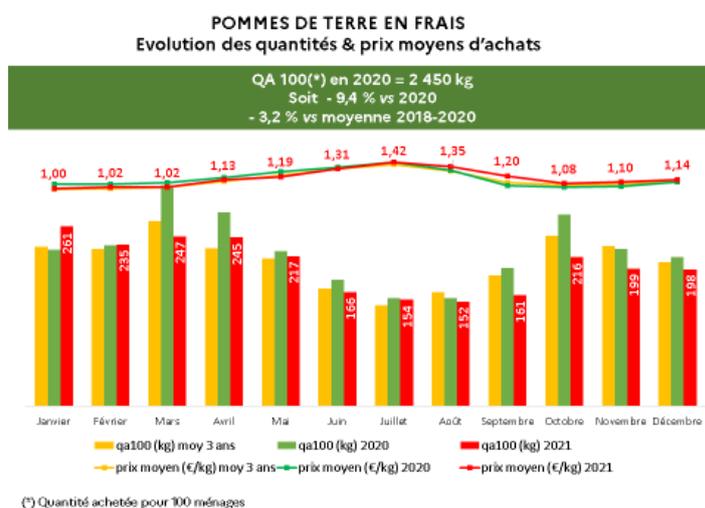
En 2021, les légumes les plus achetés sont, dans l'ordre : la tomate, la carotte, la courgette, l'oignon, la salade et l'endive

	Quantités achetées/ 100 ménages (en kg)		
	2020	2021	Evol. %
Tomate	1316,4	1328,4	0,9
Carotte	966,1	900,0	-6,8
courgette	575,7	552,2	-4,1
Oignon	567,4	526,3	-7,3
Salade	537,8	518,0	-3,7
Endive	432,0	433,4	0,3
<b>TOTAL LEGUMES</b>	<b>8499,0</b>	<b>8227,8</b>	<b>-3,2</b>

Source : Kantar Worldpanel

## Pommes de terre en frais

En 2020, le cumul des achats de pommes de terre par les ménages pour leur consommation à domicile avait totalisé 2,7 tonnes pour 100 ménages, soit une augmentation de 11,5 % par rapport à l'année précédente et 9,8 % par rapport à la moyenne 3 ans. Cette hausse des achats avait été particulièrement marquée sur les périodes de confinement. En 2021, on assiste à une sorte de retour à la normale, et même un retour à la tendance des années précédentes de recul, avec un total des achats 2,5 tonnes pour 100 ménages, soit des achats inférieurs de 9,4 % par rapport à 2020 et 3,2 % par rapport à la moyenne.



Source : Kantar Worldpanel

## Consommation Fruits et Légumes Transformés

### Bilan 2021

Source : Kantar Worldpanel pour FranceAgrimer/ UNILET/ GIPT/ CNIPT/ ANICC

### Fruits transformés

Les achats de **compotes** pour la consommation à domicile en 2021 ont été de 869 kg pour 100 ménages, soit une baisse de 1,1 % par rapport à 2020 et 0,7 % par rapport à la moyenne 2018-20. Après une augmentation en 2020, liée entre autres au confinement, les achats de compote sont donc revenus en 2021 à des volumes très proches de la moyenne.

Concernant les achats en volume de **confitures**, avec 249 kg achetés pour 100 ménages en 2021, ils ont diminué de 3,9 % par rapport à 2020 et de 3,8 % par rapport à la moyenne 2018-20. Cette progression a été

davantage marquée sur les deux premiers trimestres qui correspondent au confinement de 2020.

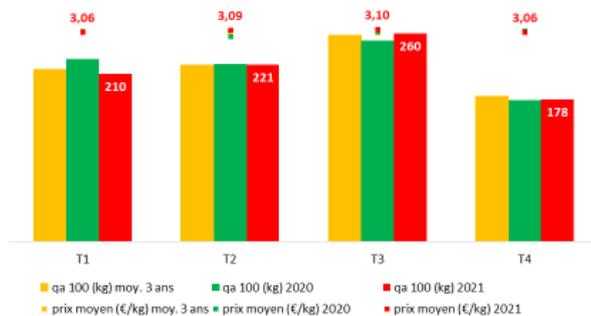
Les achats de **fruits séchés** ont été à l'inverse en progression en 2021 de 1,8 % par rapport à par rapport à la moyenne 3 ans. Cette croissance a été davantage marquée lors du troisième trimestre.

Concernant les **fruits au sirop**, leurs achats ont par contre été en diminution de 10,5 % par rapport à 2020 et 7,3 % par rapport à la moyenne 3 ans.

#### FRUITS TRANSFORMÉS Evolution des quantités & prix moyens d'achats

Compotes

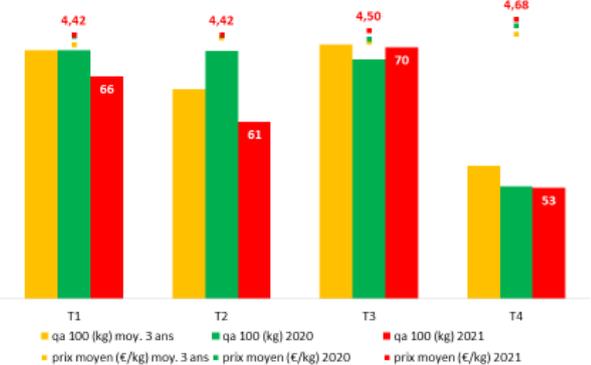
QA 100(\*) en 2020 = 869 kg  
Soit -1,1 % vs 2020  
-0,7 % vs moyenne 2018-2020



(\*) Quantité achetée pour 100 ménages

Confitures

QA 100(\*) en 2020 = 249 kg  
Soit -3,9 % vs 2021  
-3,8 % vs moyenne 2018-2020



(\*) Quantité achetée pour 100 ménages

Source : Kantar Worldpanel

## Légumes transformés

Les achats de **légumes surgelés** pour la consommation à domicile en 2021 se sont élevés à 925 kg pour 100 ménages, soit une augmentation de 7,4 % par rapport à 2020 et 2,3 % par rapport à la moyenne 2018-20. Cette forte diminution par rapport à 2020 s'explique par des volumes largement supérieurs à la moyenne lors des deux confinements.

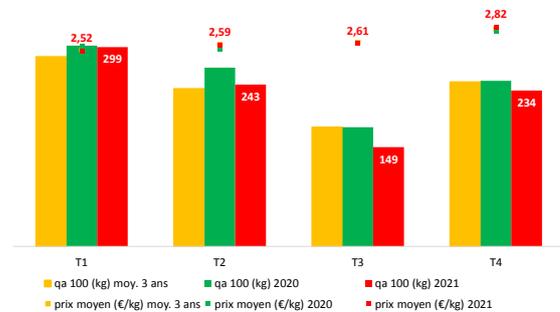
Concernant les achats de **légumes en conserve** en 2021, ils ont été en diminution de 11,8 % par rapport à 2020 et 6,5 % par rapport à la moyenne 2018-20. Cette

décroissance par rapport à 2020 est liée principalement au premier confinement. Toutefois les achats au quatrième trimestre ont été nettement inférieurs à la moyenne.

#### LEGUMES TRANSFORMÉS Evolution des quantités & prix moyens d'achats

Légumes surgelés

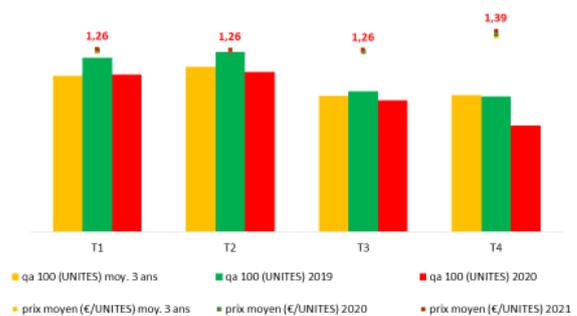
QA 100(\*) en 2020 = 925 kg  
Soit -7,4 % vs 2020  
-2,3 % vs moyenne 2018-2020



(\*) Quantité achetée pour 100 ménages

Légumes appertisés

QA 100(\*) en 2020 = 3 295 kg  
Soit -11,8 % vs 2021  
-6,5 % vs moyenne 2018-2020



(\*) Quantité achetée pour 100 ménages

Source : Kantar Worldpanel

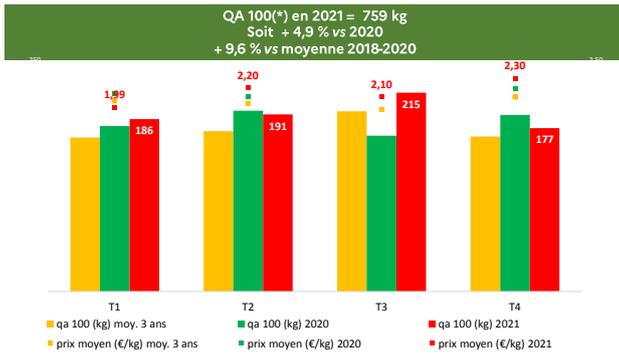
## Pommes de terre transformées

Les achats de **pommes de terre surgelées** en 2020 pour la consommation à domicile ont atteints 759 kg pour 100 ménages, soit une augmentation de 4,9 % par rapport à 2020 et de 9,6 % par rapport à la moyenne 2018-20. Un pic remarquable des achats a eu lieu au troisième trimestre.

Les achats de **chips** en 2020 ont représenté 182 kg pour 100 ménages, soit également une augmentation de 2,1 % par rapport à 2020 et de 7 % par rapport à la moyenne 2018-20.

### POMMES DE TERRE TRANSFORMÉES Evolution des quantités & prix moyens d'achats

Pommes de terre surgelées

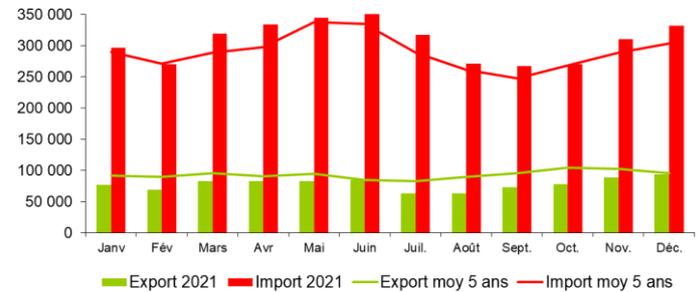


(\*) Quantité achetée pour 100 ménages

Source : Kantar Worldpanel

En 2021, le déficit du solde des échanges en volume de la France en fruits frais s'est nettement creusé (+ 10 % vs 2020). Le déficit de la balance commerciale s'est également accru (+ 7 % vs 2020).

### Importations et exportations de fruits frais durant l'année 2021

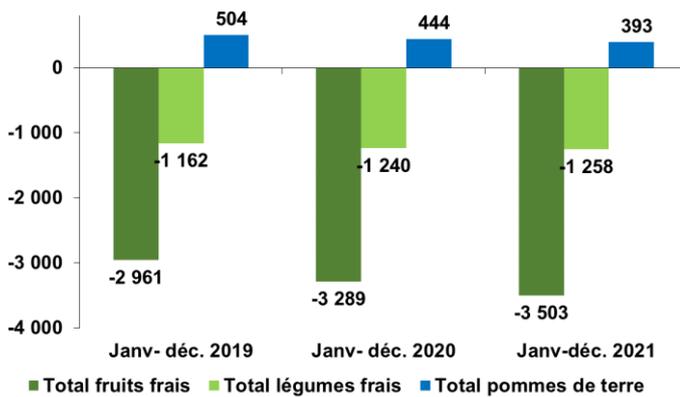


Source : Douane française

## Commerce extérieur

### Bilan de l'année 2021

#### Balance commerciale de la France en fruits frais, légumes frais et pommes de terre (en millions d'euros)

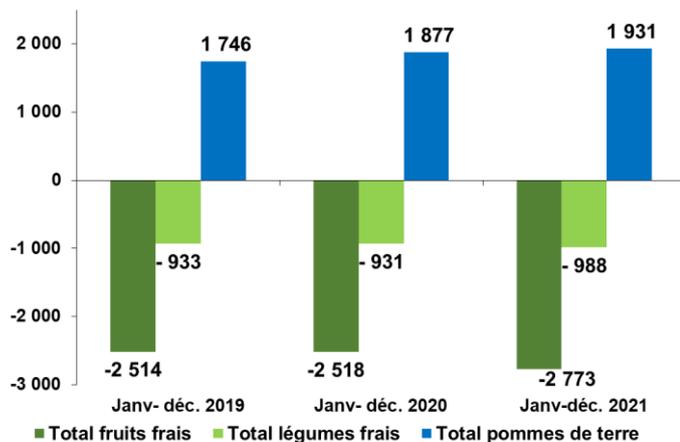


Source : Douane française

En 2021, les importations de fruits frais ont été en hausse en volume par rapport à la moyenne quinquennale (+ 7 % vs moy. 5 ans). Dans un contexte d'offre nationale faible, cette augmentation est essentiellement portée par une forte hausse des importations de pommes polonaises. Les importations de fruits exotiques ont également été importantes en lien avec une croissance de la demande. On note notamment une hausse des importations de bananes en provenance d'Amérique du Sud (Colombie, Equateur) et d'avocats du Pérou.

Les exportations ont, quant à elles, été en fort recul par rapport à la moyenne quinquennale (- 16 % vs moy. 5 ans), baisse due en grande partie à la diminution des exportations de pommes aussi bien pour la fin de campagne 2020/21 que pour le début de la campagne 2021/22 (notamment à destination des principaux pays clients européens).

#### Solde des échanges de la France en fruits frais, légumes frais et pommes de terre (en milliers de tonnes)

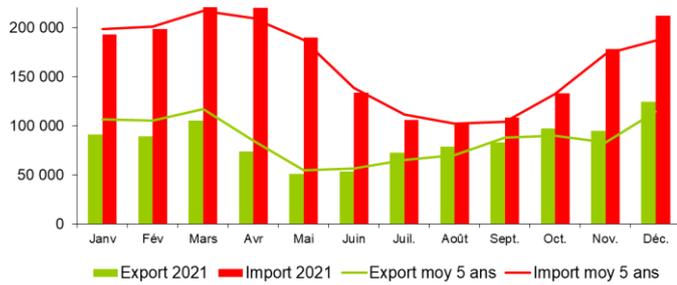


Source : Douane française

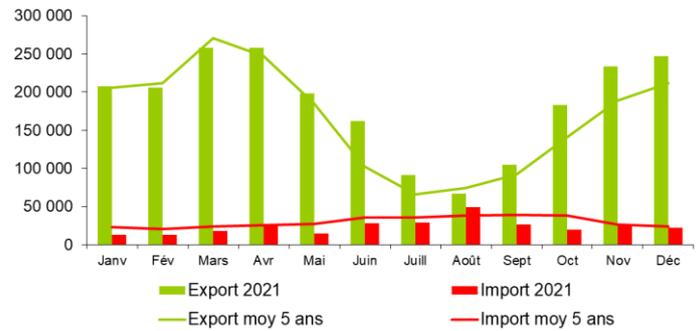
### Légumes

En 2021, le déficit du solde des échanges en volume de la France en légumes frais s'est également accru par rapport à 2020 (+ 6 % vs 2020). Le déficit de la balance commerciale s'est légèrement creusé (+ 1 % vs 2020).

## Importations et exportations de légumes frais durant l'année 2021



Source : Douane française



En 2021, les importations de légumes frais ont été en hausse (+ 2 % vs moy. 5 ans). Cette croissance a été en partie portée par l'augmentation des importations en provenance des deux principaux pays fournisseurs de la France (Espagne et Maroc).

Au contraire, les exportations de légumes frais ont, quant à elles, été en baisse par rapport à la moyenne quinquennale (- 2 % vs moy. 5 ans). Cependant, une hausse des exportations a été visible à partir du 2ème semestre 2021 alors que celles-ci étaient à la baisse sur la 1ère partie de l'année.

### Pommes de terre

Pour les pommes de terre à l'état frais, en 2021, les volumes exportés ont été en hausse (+ 11 % vs moy. 5 ans). Cette hausse des exportations est nettement visible sur la dernière partie de l'année à partir de septembre 2021 où les exportations ont fortement augmenté (+ 21 % vs moy. 5 ans) notamment vers la Belgique et les Pays-Bas, en lien avec une demande importante pour les usines de transformation.

Dans le même temps, les importations ont été en forte baisse (- 21 % vs moy. 5 ans), en grande partie concernant les importations de pommes de terre en provenance des principaux pays fournisseurs (Belgique, Pays-Bas).

## Importations et exportations de pommes de terre à l'état frais durant l'année 2021