

Tableau de bord Fruits et légumes

Mai 2011

Conjoncture du réseau des nouvelles des marchés (SNM)

Tendance générale : du fait des conditions climatiques, les débuts de campagne des fruits et légumes de printemps ont enregistré une précocité d'environ quinze jours par rapport à l'accoutumée. Cet état de fait a provoqué des télescopages entre régions de production, mais aussi avec les produits d'importation. Des cours relativement stables, mais peu élevés, ont été enregistrés, peut-être compensés par des rendements à l'hectare très corrects pour certaines régions de production.

Tomate

La tomate enregistre un retard en janvier / février, rattrapé depuis grâce aux périodes estivales inhabituelles au printemps, notamment en Bretagne où quelques hectares de production supplémentaires sont programmés, principalement dans la diversification qui gagne encore en proportion. Par rapport à l'an passé, on note une présence plus marquée de la tomate espagnole et marocaine, ainsi qu'une plus grande agressivité du Benelux. D'où une moindre valorisation de la culture en début de saison avec des prix anormalement bas en première décennie de mai. L'arrivée d'un nouvel épisode estival européen vers le 20 mai relance le mûrissement des cultures et la consommation du produit.

Asperge

La campagne se caractérise par sa précocité début mars et par des rendements importants, notamment dans le Sud Est. La deuxième semaine de campagne accentue le télescopage des offres française, espagnole et grecque. Le marché ne peut absorber l'augmentation de l'offre européenne (200 t/jour en fin de mois). Le mois s'achève avec des reports de stocks. L'offre se développe en avril et demeure importante après Pâques. La campagne du Sud Est et du Sud Ouest s'achève à la mi-mai et se poursuit dans le Val de Loire. Des cours relativement stables, mais peu élevés, ont été enregistrés.

Laitue d'été

Dans le sillage de la fin de campagne du sud de la France, les régions de production printemps/été entament leur campagne fin mars dans un contexte de marché profondément dégradé. Dès le départ, les prix s'établissent à un niveau très bas pour la saison et significativement inférieur à celui des trois précédentes années. La situation s'aggrave en mai, notamment en seconde quinzaine, avec des difficultés d'écoulement qui apparaissent. Inévitablement des destructions en culture se développent faute de débouché commercial. Cette évolution contribue à dégrader le bilan économique déjà médiocre de ce début de campagne.

Une fin d'hiver difficile pour la gamme salade :

Pour les productions du sud de la France, la situation de crise conjoncturelle apparaît à la mi-février avec des prix en chute et des difficultés d'écoulement qui perdurent jusqu'à la fin de campagne (mi-avril).

Dans le même temps, les autres types de salades, principalement endive et mâche sont proposés à des prix attractifs aux consommateurs. La concurrence est donc forte au stade détail.

Avril : la météo dope l'évolution végétative des cultures de printemps :

Dès le début avril, la clémence des températures stimule l'évolution végétative des cultures avec pour corollaire une montée en puissance rapide de l'offre, notamment en Val de Loire. Dès le début de campagne, les grammages unitaires des salades rivalisent avec un niveau de pleine saison. C'est un facteur positif face à la concurrence des marchandises du sud de la France, les circuits de distribution référencent donc sans tarder le Val de Loire. Parallèlement, la météo précipite l'entrée en campagne de l'île de France et d'une majorité de ceintures vertes. Grâce à la qualité du produit, les zones septentrionales de la France captent rapidement les débouchés au détriment du sud de la France. Cette pénétration rapide du marché imposée par la pression de l'offre s'effectue au détriment du niveau de prix.

Mai : le marché s'engorge :

La météo reste exceptionnellement propice au développement des cultures, l'offre est abondante sur tous les bassins de production (VDL, IDF, Rhône Alpes, ceintures vertes). Depuis le début mai, le flux des transactions régresse et les volumes écoulés se révèlent insuffisants face au potentiel de l'offre. La baisse de la consommation dans un contexte de prix attractifs pour le consommateur semble être liée à divers éléments tel que la concurrence des jardins familiaux ou/et de certains fruits d'été dont la saison est précoce cette année. Le grammage généralement élevé des salades proposées à la vente pourrait être également un facteur limitant de la fréquence des achats.

Perspectives à court terme :

Pour la production de salade de plein air, la météo est un élément essentiel fortement déterminant de l'évolution du marché. Les paramètres climatiques de ce printemps sont véritablement hors normes et la sécheresse est déjà bien installée sur une majorité de régions. Les conditions de production en plein champ risquent de se compliquer (capacités d'irrigation) avec répercussion sur le volume de l'offre (dans quelle proportion ?) et sur les prix (quand et quelle ampleur ?).

Courgette

La campagne démarre en avril avec les abris, essentiellement sur les départements du Vaucluse et des Bouches du Rhône avec dix jours d'avance. Le contexte concurrentiel est difficile car l'Espagne, en période de surproduction, est omniprésente. L'arrivée du plein champ aux alentours du 5 mai permet aux metteurs en marché de prendre leur place au sein de la grande distribution. Cependant les niveaux de cours sont très décevants, tant pour les productions sous abris que de plein champ. La demande est très attentive au prix et la concurrence espagnole persiste.

Fraise

L'arrivée en production est normale. Les premières Gariguettes de serre chauffée sont commercialisées début mars dans le Sud Ouest puis dans le Sud Est et en Bretagne. Sous l'effet de températures printanières et d'un bon ensoleillement, la production augmente plus rapidement que d'habitude. Le commerce reste équilibré jusqu'à Pâques. La météorologie estivale du mois d'avril a favorisé la maturation des fraises et entraîné la dégradation de la qualité. Le pic de production attendu dans le Sud Ouest en semaines 19 et 20 est arrivé avec 15 jours d'avance. Dans la dernière semaine d'avril et la première de mai, se télescopent :

- la fin de production de Gariguettes en serre et l'arrivée des petits tunnels
- un regroupement de maturité de toutes les variétés rondes
- l'arrivée en production des autres régions : Val de Loire, Rhône Alpes.

La semaine 17 est par ailleurs peu favorable aux achats : semaine post pascale, fin de mois et congés scolaires. En semaine 17 et 18, selon un calendrier pré établi, de nombreuses GMS sont encore en promotion sur la fraise espagnole. Les cours chutent et deviennent peu rémunérateurs pour les producteurs. Les indices du SNM placent la fraise ronde en "crise conjoncturelle" du 5 au 10 mai. La situation est également critique en Gariguette d'autant que de nombreux lots de moindre qualité sont négociés à des prix très bas ou vendus à la commission (PAV : Prix Après Vente). A la mi-mai, le marché s'améliore. Les volumes sont en forte baisse au sud. Les cours remontent. Cependant, l'équilibre reste fragile : les fortes chaleurs n'améliorent pas la qualité du produit et la concurrence de la cerise, peu chère, est bien présente. Si les productions de serre tirent leur épingle du jeu, il n'en sera pas de même pour les fraises rondes sous chenilles dans le Sud Ouest, Rhône Alpes et le Val de Loire.

Artichaut

L'artichaut breton entre en campagne début mai avec près de 3 semaines d'avance, en raison d'un hiver peu marqué et de fréquentes et longues périodes estivales inhabituelles et sèches au printemps. Le passage de relais avec le Roussillon, qui se réalise vers la fin mai, n'en est que plus délicat. Il se réalise sans trop d'anicroches, jusqu'à ce qu'une nouvelle vague de chaleur, arrivée vers le 20 mai en Europe, ne rende les choses commercialement plus difficiles et n'handicape à nouveau les rendements des parcelles qui manquaient déjà d'eau.

Bigarreau

On note un démarrage également rapide début mai avec des quantités importantes et des prix peu élevés à la production : l'indicateur de marché du réseau des nouvelles des marchés affiche très rapidement "crise conjoncturelle". L'écoulement du produit paraît désormais plus fluide, mais les cours demeurent peu élevés, notamment en calibre 22.

Abricot

La campagne débute en avance à la mi-mai. La demande exprimant des besoins, les prix se maintiennent sans trop de difficulté.

Melon

On note un début de campagne précoce difficile pour le Sud Est avec une entrée en crise conjoncturelle quasi immédiate. Chahutés en semaine 20 par la concurrence du melon marocain et espagnol, les cours se sont effondrés la semaine dernière en raison d'une récolte de plus en plus importante du fait des conditions climatiques dans le Sud Est et le Languedoc Roussillon. En conséquence, le produit national se positionne difficilement au sein de la grande distribution.

Carotte

La carotte primeur est récoltée depuis la mi-mai dans les Landes et en Gironde. Les volumes commercialisés sont satisfaisants. La demande export s'avère plus active que celle du marché intérieur.

Concombre

Février

Un début de campagne difficile qui oriente le marché du concombre rapidement en crise conjoncturelle. Les premières transactions commerciales s'effectuent dans un contexte de mévente. Des ajustements de prix à la baisse s'imposent à des niveaux inférieurs à ceux des dernières campagnes et équivalents aux coûts de production. La distribution est fortement sollicitée pour référencer le plus rapidement possible l'origine française. Dans ce contexte, l'indicateur de marché classe le concombre en crise conjoncturelle en semaine 8.

Mars

L'ensemble des bassins de production se développe. En crise conjoncturelle, le produit est confronté à la concurrence européenne. Au total, dix jours de crise conjoncturelle sont annoncés durant le mois. Même si un sursaut de prix est observé en fin de mois, les cours n'atteignent pas ceux de 2010.

Avril

Hésitant en début de mois, le marché se redresse avec l'aide de la météo et d'un marché européen peu concurrentiel.

Mai

Le marché est confronté aux offres néerlandaises et belges. La production est à son apogée. Les engagements programmés assurent de nombreuses sorties. Face au retour de la pression soutenue du Benelux, les concessions de prix s'imposent pour la clientèle. En dernière semaine, le marché perd de son élan, les stocks s'étoffent. Confrontée à l'arrivée précoce de nombreux produits d'été comme le melon, la demande semble se désintéresser du produit. Des baisses de prix se poursuivent en permettant un meilleur soulagement des stocks. Le concombre espagnol connaît en fin de mois un grave problème sanitaire.



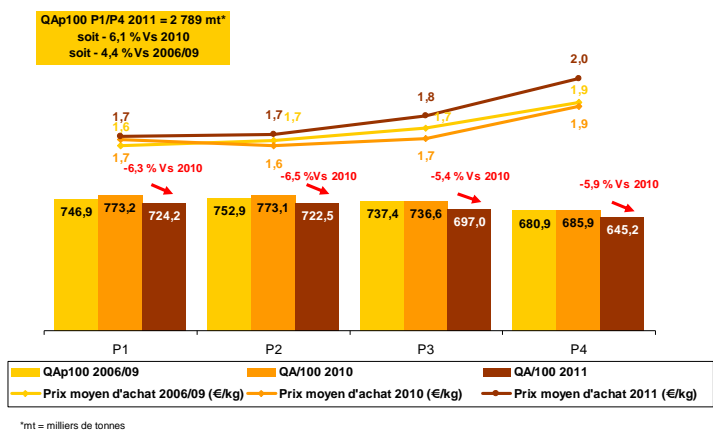
Consommation :

✓ Fruits

Du 27 décembre 2010 au 17 avril 2011 (P1-P4/2011), les quantités de fruits achetées par les ménages français pour leur consommation à domicile diminuent de - 6,1 % par rapport à même période 2010 et - 4,4 % par rapport à la moyenne 2006/2009.



ACHATS DE FRUITS



Sur la période P1-P4, le niveau moyen d'achat de fruits par ménage acheteur est de 31,2 kilos, soit 13,6 kilos par personne.

Le prix moyen d'achat des fruits s'établit à 1,80 €/kg pour la période, soit en augmentation de + 5,8 % par rapport à p1-p4 2010 et + 4,6 % par rapport à la moyenne 2006/2009.

Top achats de fruits en p1/p4 2011 : pomme, orange, banane, clémentine.

✓ Légumes

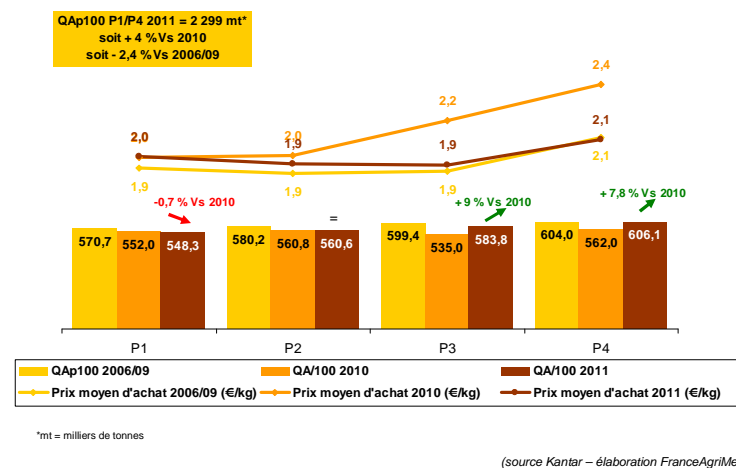
Du 27 décembre 2010 au 17 avril 2011 (P1-P4/2011), les quantités de légumes achetées par les ménages français pour leur consommation à domicile enregistrent une hausse de + 4 % par rapport à la même période 2010, mais restent cependant en recul par rapport à la moyenne 2006/2009.

Le niveau moyen d'achat de légumes par ménage acheteur est de 25,7 kilos pour la période, soit 11,1 kilos par personne.

Le prix moyen d'achat recule de - 7 % par rapport à la même période 2010 (à 1,97 €/kg) mais reste supérieur de + 1,8 % à la moyenne 2006/2009 ;



ACHATS DE LEGUMES

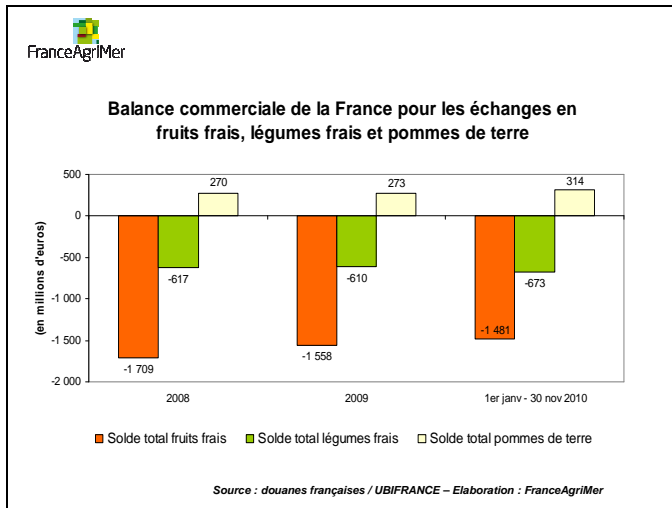


Top achats de légumes en p1/p4 2011 : carotte, endive, tomate

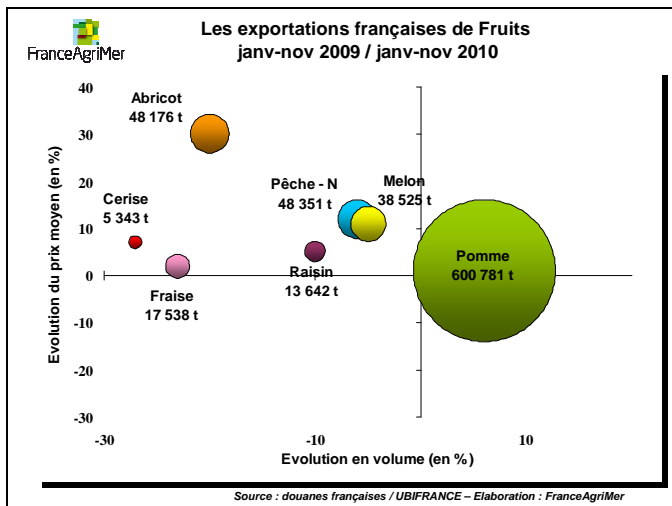
✓ Légumes bio

Sur les quatre premiers mois de l'année 2011, le bio pèse 4,5 % dans les achats de légumes des ménages français pour leur consommation à domicile.

Commerce extérieur :

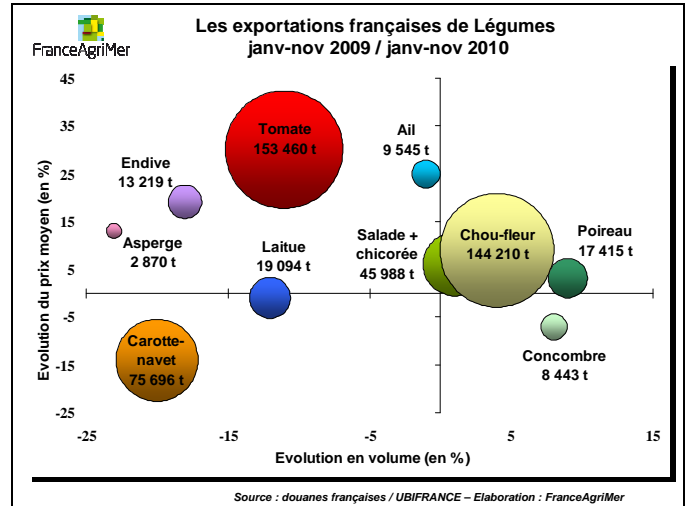


Au 30 novembre 2010, la balance commerciale française reste déficitaire en ce qui concerne les légumes frais (1,482 milliard d'€ d'importations contre 0,809 milliard d'€ d'exportations). C'est en fruits frais que le déficit est le plus marqué (2,79 milliards d'€ d'importations contre seulement 1,23 milliard d'€ d'exportations). À l'inverse, la balance commerciale de la pomme de terre française est excédentaire (314 millions d'€).

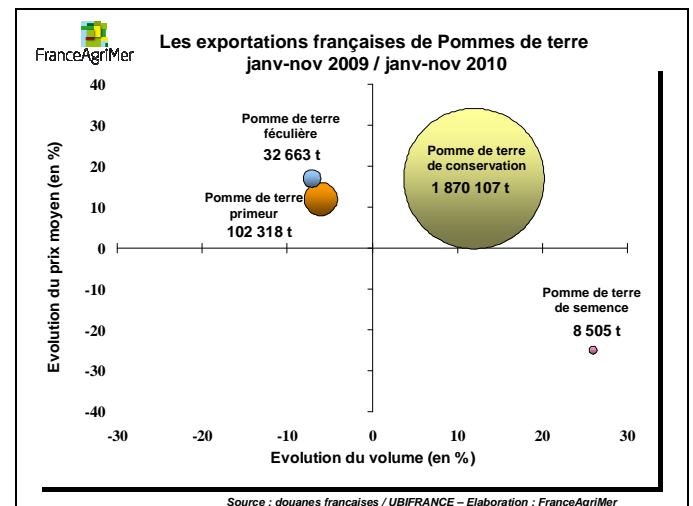


Pour les fruits frais, on constate que sur la période allant du 1^{er} janvier au 30 novembre 2010 vs 2009, seule la pomme a connu une hausse des volumes exportés (essentiellement pommes stockées). Les exportations d'abricots, de pêche-nectarines et de melons ont certes diminué en volume mais ont affiché un prix moyen en hausse de respectivement +30%, +12% et +11%. Dans le même temps, la situation a été plus négative pour la fraise, la cerise, ainsi que le raisin. Les volumes exportés ont relativement diminué par rapport à la même période 2009 et, ce particulièrement, pour la fraise (-23%) et pour la cerise (-27%). En plus de cela, leur

prix moyen à l'export n'a connu qu'une progression très limitée ne suffisant pas à compenser les baisses de volumes.



Sur la période janvier-novembre 2010 vs 2009, on relève une sensible augmentation des volumes et du prix moyen (+9%) des choux-fleurs exportés. La situation est identique en ce qui concerne la salade et chicorée (hors laitue et endive) avec un prix moyen à +6%. A contrario, le volume des exportations de tomates françaises s'inscrit en net retrait par rapport à 2009 (-11%), avec cependant un prix moyen en forte hausse (+30%). Les carottes et navets français ont connu conjointement à une forte baisse de leurs volumes exportés (-20%), une chute de leurs valeurs avec un prix moyen en net repli (-14%).



Par rapport aux 11 premiers mois de 2009, en 2010 la pomme de terre de conservation a connu une hausse de ses volumes et de son prix moyen à l'export (+12% et +17%). A l'inverse, la pomme de terre féculière et la pomme de terre primeur française ont connu un repli des volumes exportés (-6% et -7%)