

Note de conjoncture

> L'analyse économique de FranceAgriMer



● 22 mai 2018

La situation des fruits et légumes de printemps en 2018

Les marchés des fruits et légumes de printemps ont été très impactés par les conditions climatiques exceptionnelles de la fin de l'hiver, qui ont entraîné un retard de l'entrée en commercialisation d'un grand nombre de produits. Pour certains, les faibles approvisionnements n'ont pas permis de satisfaire pleinement la demande traditionnellement dynamique du week end pascal, situé relativement tôt cette année. Courant avril, la météo peu propice à la consommation des produits de saison a par ailleurs ralenti la demande. Début mai, la remontée des températures et les ponts redynamisent le marché de la plupart des produits de printemps. Les marchés de la **fraise**, de la **courgette**, de la **salade** et du **concombre** sont les mieux orientés. Ceux de l'**asperge**, de la **tomate** et de l'**artichaut** sont équilibrés. A noter le tout début de campagne pour la **cerise**.

La campagne **fraise** débute avec près de deux semaines de retard en raison des périodes de froid qui ont entraîné des dégâts sur les fleurs et du manque de luminosité. La demande est pénalisée par une météo peu propice à la consommation. Des actions promotionnelles et des campagnes de communication se mettent en place pour faciliter l'écoulement et limiter les stocks. Fin avril, les apports diminuent en variétés longues alors qu'ils sont en progression en variétés rondes. Les volumes ne sont pas assez conséquents pour répondre totalement aux engagements et à la demande, et les prix restent fermes. Depuis le début de la campagne, les cours sont supérieurs à ceux de la campagne précédente et à la moyenne quinquennale.

La campagne **cerise** débute à la mi-mai avec des volumes faibles, de qualité hétérogène et des lots de petits calibres. Les conditions climatiques sont peu favorables à la demande.

En avril, le marché de la **tomate** est déséquilibré. Les conditions météorologiques ne favorisent pas la consommation, alors que l'offre continue de progresser. Les produits d'importation sont très présents et à des prix compétitifs, et les cours se dégradent. Le marché de la tomate est déclaré en situation de crise conjoncturelle du 5

au 19 avril. Fin avril, le marché se rééquilibre progressivement. La météo plus propice à la consommation, ainsi que les nombreuses opérations de mises en avant de la distribution animent le marché. Les cours repartent à la hausse sur l'ensemble des variétés.

La campagne **courgette** démarre timidement fin avril. L'offre est limitée, mais la pression des produits d'importation reste mesurée. Début mai, l'offre ne permet pas de couvrir les opérations de mises en avant programmées, faisant grimper les cours.

La campagne **asperge** 2018 commence avec une quinzaine de jours de retard, et l'offre est limitée pour Pâques. En avril, les cours diminuent avec l'augmentation progressive des volumes, tout en restant au-dessus de la moyenne quinquennale. A la fin du mois, l'écoulement devient plus difficile et les stocks augmentent. Les volumes progressent fortement, et la demande ralentit, en raison d'une météo peu propice à la consommation et de la période des congés scolaires. La concurrence européenne est importante. Début mai, les ponts dynamisent la demande et les cours se redressent légèrement.

L'offre de **pomme** continue de décroître régulièrement, et se concentre en majorité sur la Golden. Le commerce ralentit, mais le retard des productions estivales permet un écoulement régulier. La demande intéressée facilite le raffermissement des cours.

Le marché de la **salade** est bien orienté, avec une offre de plus en plus limitée et une demande soutenue. Les difficultés de mises en culture du mois de mars impactent les approvisionnements. Les cours sont supérieurs à ceux de la dernière campagne et à la moyenne des 5 dernières années.

La commercialisation de l'**artichaut** commence début avril avec la production du Roussillon, en retard de 15 jours. Début mai, le marché est assez équilibré. La concurrence espagnole est faible et la production bretonne en retard.

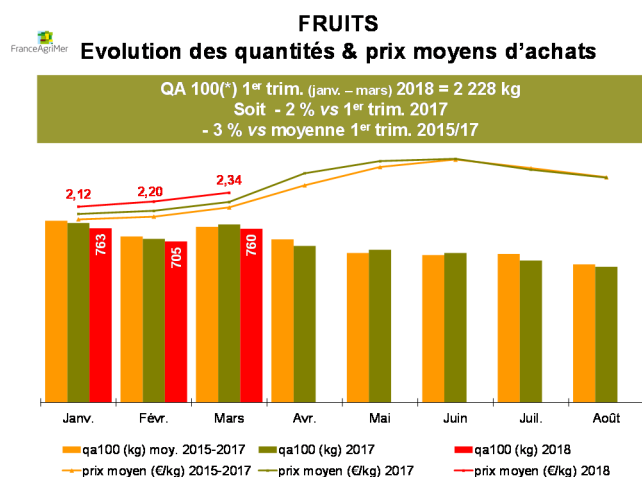
Pour le **concombre**, l'entrée en campagne est très progressive, avec une offre limitée, mais en phase avec la demande. Celle-ci s'active dès la mi-avril grâce au réchauffement des températures. Fin avril, début mai, les ventes sont fluides, et les cours en hausse. Les cours sont au-dessus de ceux de la dernière campagne et de la moyenne quinquennale.

Consommation (Source Kantar Worldpanel)

Premier trimestre 2018

Fruits

D'après les premiers résultats de l'année 2018 (1^{er} trimestre : janvier-mars 2018), les achats en volume de fruits frais des ménages français pour leur consommation à domicile (2 228 kg pour 100 ménages) sont en légère diminution par rapport la même période en 2017 (- 2 %) ainsi que par rapport à la moyenne triennale (- 3 %).

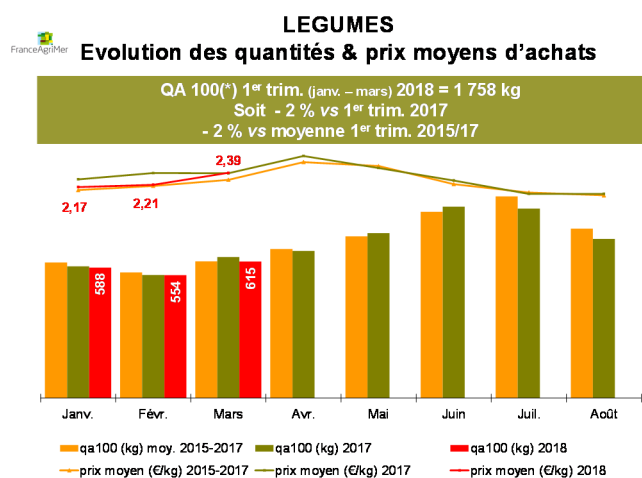


Source : Kantar WorldPanel

Durant cette période, les fruits les plus achetés (en volume) ont été les oranges, les clémentines, les pommes, les bananes, les poires et les kiwis.

Légumes

Pour les légumes, les volumes d'achats du 1^{er} trimestre 2018 sont en également en léger retrait : les ménages français ont acheté, pour leur consommation à domicile, 1 758 kg de légumes pour 100 ménages, soit - 2 % par rapport 2017, ainsi que par rapport à la moyenne 2015/17.

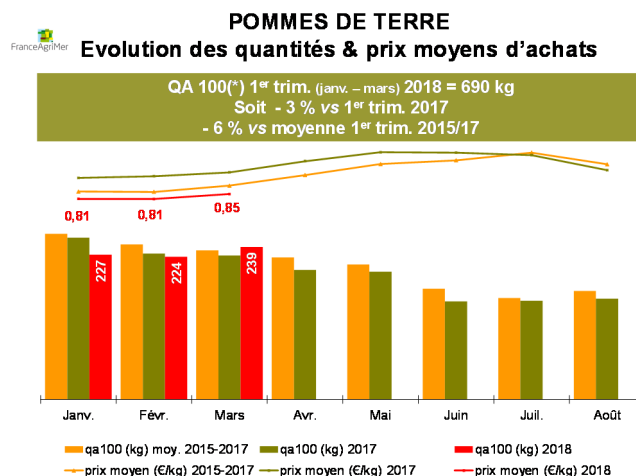


Source : Kantar WorldPanel

Les légumes les plus achetés durant cette période ont été les carottes, les endives, les tomates, les salades, les poireaux et les choux-fleurs.

Pommes de terre

Les achats de pommes de terre ont à nouveau reculé durant le premier trimestre 2018: avec 690 kg pour 100 ménages, ils sont inférieurs de 3 % aux achats de la même période en 2017 et de 6 % par rapport à la moyenne 2015/17.

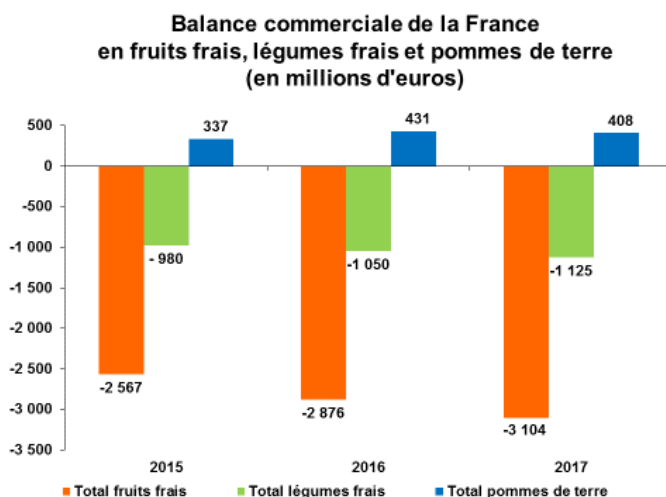
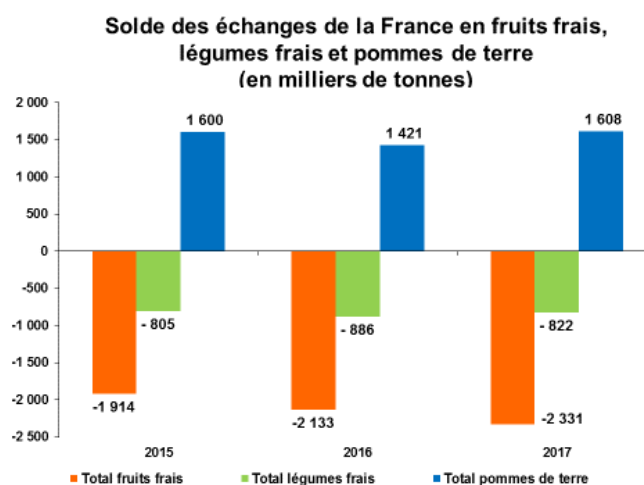


Source : Kantar WorldPanel

Les prix des pommes de terre qui avaient fortement chuté à l'automne 2017, demeurent inférieurs à la moyenne au début de l'année 2018.

Commerce extérieur

Bilan de l'année 2017



Source : Douanes françaises / GTA

Fruits

En 2017, le déficit du solde des échanges en volume de la France en fruits frais s'est encore creusé et dépasse les 2,3 millions de tonnes (soit une augmentation de 8 % par rapport à 2016).

Cet accroissement du déficit est le résultat croisé de la diminution des exportations et surtout de l'augmentation des importations. Les fruits exotiques et notamment les bananes (687 000 tonnes, soit + 20% vs 2016) ont été les plus gros contributeurs à cette augmentation des volumes importés.

La hausse du déficit est encore plus forte en ce qui concerne la balance commerciale : il dépasse les 3 milliards d'euros, soit une augmentation de 9 % vs 2016.

Légumes

Avec un total de plus de 1,1 milliard d'euros en 2017, le déficit commercial de la France pour les légumes frais s'est également aggravé (+7 % par rapport à 2016), mais dans des proportions moindres que pour les fruits. Encore une fois, c'est en grande partie le montant des importations (2,2 milliards d'euros, soit + 4% vs 2016) qui explique cette hausse du déficit. Cependant, le déficit des échanges en volume, au contraire, diminue en 2017 (- 7 % vs 2016).

Pommes de terre

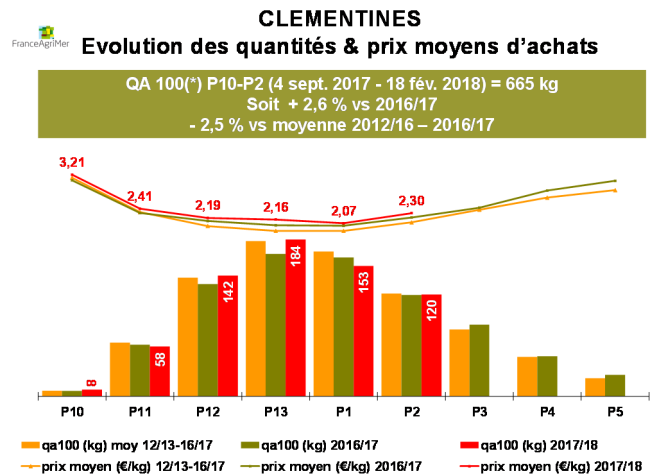
Pour les pommes de terre, l'année 2017 a été une année particulière. En effet la campagne 2017/18 se caractérise par une forte production et donc des volumes très importants disponibles sur le marché dès l'automne 2017, entraînant une crise conjoncturelle sur le marché français. Les volumes exportés se sont accrus, mais à des prix inférieurs à la campagne précédente. En conséquence, l'année 2017 est marquée par une augmentation des volumes exportés (+ 10 %), mais une diminution de l'excédent commercial (- 5%) qui demeure cependant largement positif (+ 408 millions d'euros).

Focus clémentine campagne 2017/18

La campagne 2018 de la clémentine corse démarre avec une quinzaine de jours d'avance et des tonnages estimés en baisse de 20 %. Les cours sont au-dessus de ceux des cinq dernières années, et sont supérieurs de 20 à 35 % à la moyenne quinquennale.

La clémentine est un fruit de premier plan : elle représente environ 10 % des achats en volume de fruits par les ménages pour leur consommation à domicile, ce qui en fait le 4^{ème} fruit le plus consommé (après les pommes, les bananes et les oranges). Toutefois, si pour cette campagne 2017/18, avec un total de 665 kg pour 100 ménages durant la période qui va du 4 septembre 2017 au 18 février 2018, les achats de clémentines sont en augmentation par rapport à la campagne précédente (+ 2,6 %) ils demeurent légèrement inférieurs à la moyenne quinquennale (- 2,5 %).

De manière plus détaillée, les achats de clémentine en 2017/18 ont été en permanence extrêmement proche de la moyenne quinquennale, c'est uniquement durant la période P1 (25 décembre 2017-18 janvier 2018) que s'est manifesté ce recul des achats avec 153 kg pour 100 ménages, soit 10 % de moins que la moyenne.



Source : Kantar WorldPanel

Concernant le commerce extérieur, durant la période septembre 2017- janvier 2018, les importations françaises de clémentines totalisent 195 500 tonnes, ce qui est très proche des volumes importés sur la même période lors de la campagne 2016/17 (- 1 %).

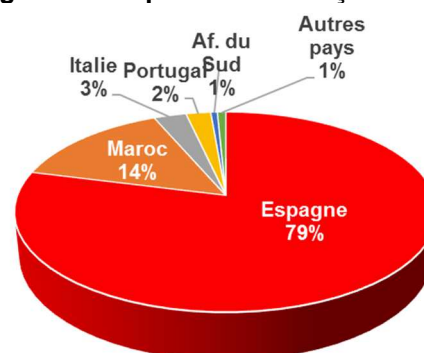
Importations françaises de clémentines

Pays	Quantités importées en tonnes		Var. %
	sept 2016- janv 2017	sept 2017- janv 2018	
Espagne	156 259	154 360	- 1 %
Maroc	27 286	28 473	+ 4 %
Italie	5 269	5 684	+ 8 %
Portugal	2 186	4 331	+ 98 %
Af. du Sud	1 023	1 153	+ 13 %
Autres pays	4 757	1 491	- 69 %
Total	196 780	195 492	- 1 %

Source : GTA / Douanes françaises

Les approvisionnements de la France en clémentine sont très concentrés. De plus, concernant l'origine des importations de clémentines, la campagne 2017/18 (période sept 2017- janv. 2018) s'est caractérisée par un renforcement des fournisseurs déjà majeurs.

Origine des importations françaises de clémentines



Source : GTA / Douanes françaises

En effet, les quatre premières origines concentrent à elles seules plus de 95 % des volumes importés et cela s'est encore renforcé en 2017/18 : 98 % des volumes importés

proviennent de l'Espagne, du Maroc, d'Italie et du Portugal. Tous ces pays ont renforcé leur part, à l'exception de l'Espagne, mais celle-ci malgré une très légère baisse des volumes (- 1 %) conserve une prédominance absolue (79 % des volumes importés en France).

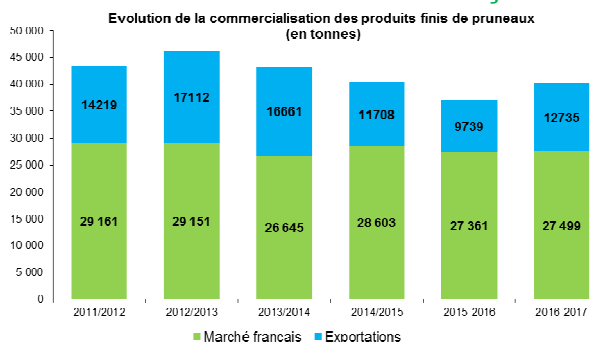
Les importations du Portugal augmentent, quant à elles très fortement : elles doublent presque passant de 2 200 tonnes en 2016/17 à 4 331 tonnes en 2017/18, avec notamment une forte hausse des volumes en cœur de saison (novembre-janvier). L'Afrique du Sud qui est pourtant le premier fournisseur en contre-saison (période juin-août), propose pourtant des volumes importants cette campagne sur la période sept-janvier (+ 13 %). Du fait de la concentration encore renforcée des origines des importations, les volumes en provenance de l'ensemble des autres pays sont en nette chute (- 69 %) et ne représentent que 1 % du total des volumes importés.

Focus pruneau (campagne 2016/17)

Production 2016

La récolte 2016 de pruneaux français se caractérise par sa qualité, son volume et sa valeur. Quantitativement, ce sont 52 620 tonnes qui ont été récoltées et livrées par les producteurs aux transformateurs, soit 16 300 tonnes de plus qu'en 2015. Les fruits produits sont de bonne qualité avec un taux de défauts très faible (4 %). Deux signes de qualité valorisent et renforcent la notoriété du pruneau français : l'Indication Géographique Protégée Pruneaux d'Agen qui représente 90 % des volumes produits en 2016, et l'Agriculture Biologique, 4 % de la récolte en 2016. Le disponible en début de campagne 2016/2017 (récolte + stock) est de 72 233 tonnes de pruneaux converties à 23 % maximum d'humidité.

Commercialisation de la filière française



Source : BIP (Bureau national Interprofessionnel du Pruneau) - sont exclues les ventes entre confrères

En 2016/2017, l'activité commerciale est favorisée par une offre française de qualité. Elle est aussi confrontée à la valeur de la matière première française plus élevée que celles des années passées et de ses concurrents.

Sur le marché français : des ventes toujours à la peine en volume mais bien valorisées

En 2016/2017, le marché français représente 68 % des ventes totales (74 % en 2015/2016). La production française contribue à hauteur de 90 % à la consommation apparente française de pruneaux.

Au total, 27 500 tonnes de produits finis ont été commercialisées en France par la filière en 2015/2016 et 2016/2017. Les ventes se situent au-dessous du seuil des 29 000 tonnes atteint lors des campagnes antérieures. D'une année sur l'autre, la clientèle française de pruneaux de bouche (pruneaux réhydratés avec et sans noyau ; 74 % du marché français) s'est stabilisée. Ces volumes sont identiques et les dépenses en augmentation.

La consommation apparente des ménages français se tient autour de 450 grammes/habitant/an. La France garde un niveau élevé de consommation et se positionne depuis toujours comme le premier pays consommateur de l'Union Européenne. Aujourd'hui, la filière doit relancer la consommation de pruneaux d'Agen en baisse régulière ces dernières années et élargir davantage la clientèle aux cibles plus jeunes pour habituer la nouvelle génération au produit.

A l'exportation : résultats mitigés avec reprise des expéditions en volume et fléchissement des prix

L'offre 2016/2017 permet une reprise des volumes exportés mais les opportunités sur les marchés sont freinées par les prix compétitifs entre les concurrents.

Les volumes exportés en 2016/2017 progressent : 12 735 tonnes de produits finis contre 9 739 tonnes en 2015/2016, soit + 2 997 tonnes, + 31 %. Sur la même période, la valorisation des exportations françaises de pruneaux hors spécialités reste élevée par rapport aux concurrents étrangers même si elle fléchit. Le prix moyen recule de 10 % en passant à 3,49 €/kg en 2016/2017.

L'Union Européenne représente 60 % des exportations 2016/2017 de la filière. Les exportations vers les pays membres de l'Union Européenne redémarrent : 6 412 tonnes vendues, soit + 235 tonnes par rapport à 2015/2016. Néanmoins le commerce extérieur n'a pas encore retrouvé son niveau moyen de 8 000 tonnes annuelles sur cette destination. L'Espagne et la Belgique ont été deux marchés plus actifs lors de la dernière campagne. Depuis 4 années, les exportations vers l'Allemagne et la Grèce se réduisent.

L'amélioration est plus nette sur les marchés des pays tiers : 4 661 tonnes exportées en 2016/2017 vs 2 712 en 2015/2016, soit + 72 %. L'Algérie reste le premier pays tiers importateur de pruneaux français et contribue fortement à la dynamique des ventes en 2016/2017.

Stock technique de fin de campagne :

La campagne commerciale 2016/2017 se clôture avec un stock technique de 38 382 tonnes de pruneaux français et 1 048 tonnes de pruneaux d'importation.