



● 8 décembre 2020

## La situation des fruits et légumes d'hiver en 2020

En octobre la fin des campagnes estivales permet aux produits de saison de s'imposer sur les étals. De plus le climat automnal dynamise la demande pour ces produits. L'offre reste limitée cependant pour certaines productions, comme le **poireau** ou le **chou-fleur**, dont les travaux aux champs sont difficiles avec le climat pluvieux. A l'approche des congés scolaires, le marché est calme. Les collectivités étant fermées, la demande faiblit. L'**endive** reste un marché tendu, du fait d'une offre déficitaire. En semaine 44, la rentrée scolaire et l'annonce d'un confinement en fin de semaine boostent l'activité commerciale. Les GMS veulent faire des stocks en prévision d'une forte affluence. Cependant dès la semaine suivante, l'activité retombe. Les comportements de consommation s'avèrent différents de ceux du premier confinement et la demande redevient moins pressante. Ainsi des produits de garde comme la **pomme**, la **carotte** ou encore la **poire** connaissent une conjoncture calme en cette période.

En octobre, la production de **poireau** présente des faibles rendements, suite aux chaleurs de l'été. De plus les pluies fréquentes, principalement dans les bassins Nord, limitent les travaux au champ. Face à une offre limitée, la demande se montre très intéressée, dynamisée par le climat automnal. Les prix en hausse deviennent parfois dissuasifs pour les acheteurs. Les conditions de production s'améliorant l'offre augmente en semaine 42. En parallèle, l'arrivée des congés et les annonces gouvernementales sur la situation sanitaire entraînent une baisse de la demande. Par la suite, le commerce demeure calme. En effet le climat doux en novembre n'incite pas à la consommation. Un léger sursaut de la demande s'effectue en semaine 44 à l'annonce d'un nouveau confinement, mais l'activité redevient calme par la suite. En fin novembre, les températures plus froides et les gelées matinales permettent une stabilité des cours, cependant toujours bas.

Tout comme pour le poireau, la production de **chou-fleur** subit les sécheresses de l'été et les difficultés liées au climat pluvieux. Ainsi à la mi-octobre, l'offre est déficitaire face à la demande. Cette situation s'assainit rapidement et la production augmente en fin de mois. En parallèle, la demande est moins active, le climat doux n'incitant pas à la consommation. En novembre, le commerce est calme. La demande est peu active et l'offre, en hausse avec les températures douces, s'écoule difficilement. Le produit est placé en crise conjoncturelle le 23 novembre. Les prix sont bas mais stables, notamment grâce à la prise en charge de volumes par l'industrie et une demande importante de l'Allemagne, dont la production est

déficitaire. Le climat plus froid début décembre devrait permettre un retour de la demande et freiner la production.

Le marché de la **carotte** est calme durant toute la période d'octobre à décembre, mis à part l'animation générale de la semaine 44, à l'annonce du confinement. Les calibres et le rendement évoluent jusqu'à être en adéquation avec la demande au cours du mois de novembre. Les cours sont stables mais la filière doit faire face à une faible demande sur le marché de gros, suite aux nombreuses annonces gouvernementales.

Le début de campagne pour l'**endive** est marqué par de faibles rendements. En effet, la filière subit les effets de deux sécheresses. En 2019 les fortes chaleurs ont affecté la qualité et le rendement des racines anciennes. En 2020 la canicule a tout autant impacté les jeunes racines, même si ces dernières s'avèrent de meilleure qualité. L'offre de début de campagne est donc très limitée et l'hétérogénéité de la qualité des lots demande un tri important en station. La demande quant à elle est très intéressée par le produit et l'offre ne suffit pas à la satisfaire. Le marché est à flux tendu et les cours augmentent considérablement jusqu'en semaine 44 puis se maintiennent jusqu'en semaine 46. Par la suite, la demande s'avère moins pressante, les rendements s'améliorent et le marché se rééquilibre. Après une forte baisse, les cours se stabilisent.

Durant le mois d'octobre, le marché de la **pomme** est calme malgré la fin des campagnes estivales et le refroidissement du climat. Le produit ne bénéficie pas d'une demande active et le courant d'affaires est essentiellement maintenu par des actions promotionnelles. En semaine 44, le commerce s'active. La rentrée scolaire implique le retour des collectivités sur le marché. De plus l'annonce d'un second confinement dynamise la demande, notamment pour la grande distribution qui veut pouvoir anticiper la demande des consommateurs. Cependant le commerce redevient nettement plus calme dès la semaine 45. Le climat qui s'est radouci n'incite pas à la consommation du produit. Seule l'arrivée des variétés club, telles que la Pink Lady, dynamisent les ventes. Actuellement les cours se maintiennent. A l'export la situation est stable également mais les débouchés sont faibles. La concurrence italienne impacte l'offre française, avec des prix plus attractifs.

Le marché de la **poire** est stable. En octobre la transition se fait entre les variétés d'été et celles d'automne (Conférence, Comice ...). Tout au long du mois de novembre, la demande est présente sans grand engouement. Les cours se maintiennent.

## Consommation Fruits et Légumes Frais

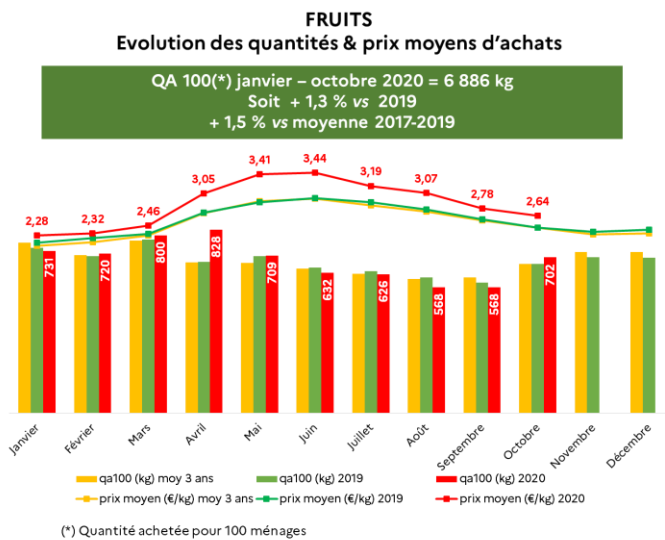
De janvier à octobre 2020

Source: Kantar Worldpanel pour

FranceAgriMer/Interfel/CTIFL/CNIPT/AIB

### Fruits Frais

Pour les 10 premiers mois de l'année 2019, les achats de fruits par les ménages français pour leur consommation à domicile, se sont élevés à 6,9 tonnes pour 100 ménages. Les achats sont en augmentation de +1,3 % par rapport 2019 et de +1,5 % par rapport à la moyenne 2017-19. Après une augmentation des achats lors du premier confinement (principalement en avril), les achats de fruits ont diminué sur la saison estivale, notamment dû à une offre en fruits à noyaux limitée. Enfin, les achats de fruits pour la consommation à domicile ont à nouveau augmenté en octobre en lien avec les annonces du deuxième confinement.



Source: Kantar Worldpanel

Depuis le début de l'année, et de manière plus marquée depuis le premier confinement, les prix moyens payés sont supérieurs à ceux de 2019 et de la moyenne 2017-19.

Sur l'ensemble de la période (janvier-octobre 2020), les fruits les plus achetés sont, dans l'ordre: la pomme, la banane, l'orange, la pêche-neктarine, la clémentine/mandarine et la poire.

	Quantités achetées/ 100 ménages (en kg)		
	Janv-Oct 19	Janv-Oct 20	Evol. %
Pomme	1 150,2	1 272,3	+ 10,6
Banane	1 150,2	1 193,0	+ 3,7
Orange	934,0	933,9	0,0
Pêche Et Nectarine	627,7	528,5	- 15,8
Clémentine Et Mandarine	497,4	481,5	- 3,2
Poire	318,8	343,2	+ 7,7
<b>TOTAL FRUITS</b>	<b>6 794,3</b>	<b>6 885,9</b>	<b>+ 1,3</b>

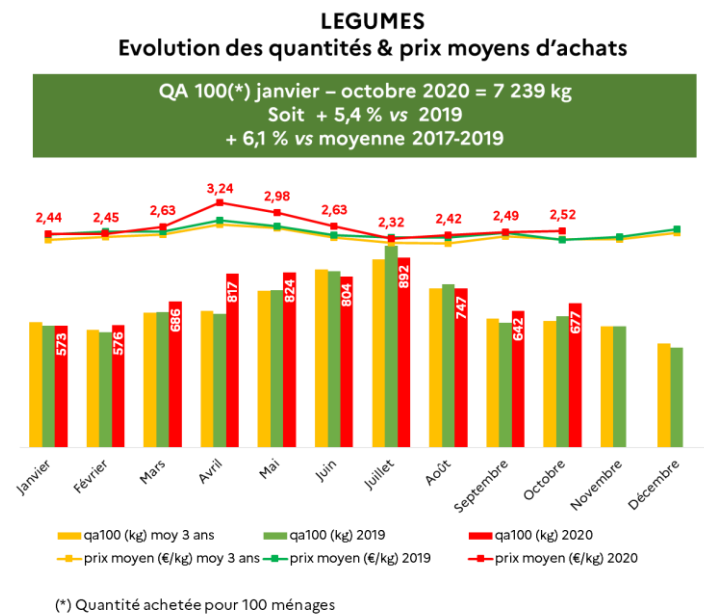
Source: Kantar Worldpanel

On remarque une forte progression des achats de pommes, produit pouvant se conserver qui a

fortement intéressé les consommateurs pendant les phases de pré-confinement et de confinement. Les achats de pêche-neктarine ont, en revanche, été en nette diminution en lien avec une production française et européenne en recul cette année.

### Légumes Frais

Les volumes d'achats des légumes sont en plus forte progression que les fruits avec + 5,4 % par rapport à 2019 et + 6,1 % par rapport à la moyenne 2017-19. En effet, de janvier à octobre 2019, les Français ont acheté, pour leur consommation à domicile, 7,2 tonnes de légumes pour 100 ménages. Après des achats en forte hausse lors du premier confinement, les achats de légumes ont été en diminution ou stables par rapport à la moyenne 3 ans, puis, ont été de nouveau en augmentation sur les mois de septembre et octobre. Après l'augmentation des prix payés lors du premier confinement, ceux-ci ont retrouvé le même niveau qu'en 2019 sur le troisième trimestre.



Source: Kantar Worldpanel

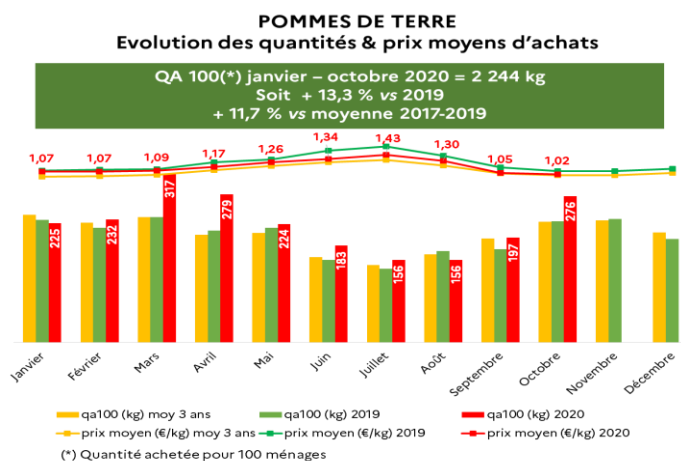
Sur l'ensemble de la période, les légumes les plus achetés sont, dans l'ordre: la tomate, la carotte, le melon, la courgette, l'oignon et la salade. Les légumes de garde ont été plébiscités avec de fortes progressions des achats de carottes et d'oignons. Seul le melon a connu une baisse des achats en lien avec une offre limitée.

	Quantités achetées/ 100 ménages (en kg)		
	Janv-Oct 19	Janv-Oct 20	Evol. %
Tomate	1 170,9	1 201,7	+ 2,6
Carotte	718,1	790,6	+ 10,1
Melon	619,2	558,9	- 9,7
Courgette	471,0	504,5	+ 7,1
Oignon	393,6	469,1	+ 19,2
Salade	420,5	452,5	+ 7,6
<b>TOTAL</b>	<b>6 869,1</b>	<b>7 238,8</b>	<b>+ 5,5</b>

Source: Kantar Worldpanel

## Pommes de terre en frais

Sur la période janvier–octobre 2020, le cumul des achats de pommes de terre par les ménages pour leur consommation à domicile totalise 2,2 tonnes pour 100 ménages, soit une augmentation de + 13,3 % par rapport à l'année précédente et + 11,7% par rapport à la moyenne 3 ans. Cette hausse des achats est particulièrement marquée sur les périodes de pré-confinement et de confinement.



Source : Kantar Worldpanel

## Consommation Fruits et Légumes Transformés

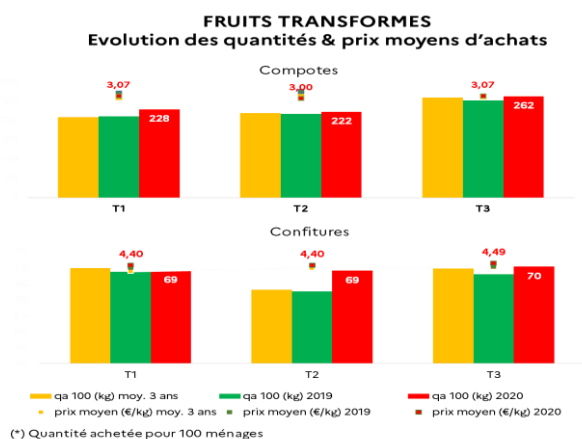
De janvier à septembre 2020

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

### Fruits transformés

Les achats de **compotes** pour la consommation à domicile en cumul sur les 3 premiers trimestres 2020 ont été de 713 kg pour 100 ménages, soit + 4,3 % par rapport à la moyenne 2017-19. Cependant, cette augmentation a été plus marquée sur le premier trimestre avec le début du confinement.

Concernant les achats de **confitures**, ils ont progressé de + 2,8 % par rapport à la moyenne 2017-19 sur le cumul des 9 premiers mois de l'année avec 209 kg pour 100 ménages. Cette progression a été davantage marquée sur le deuxième trimestre.



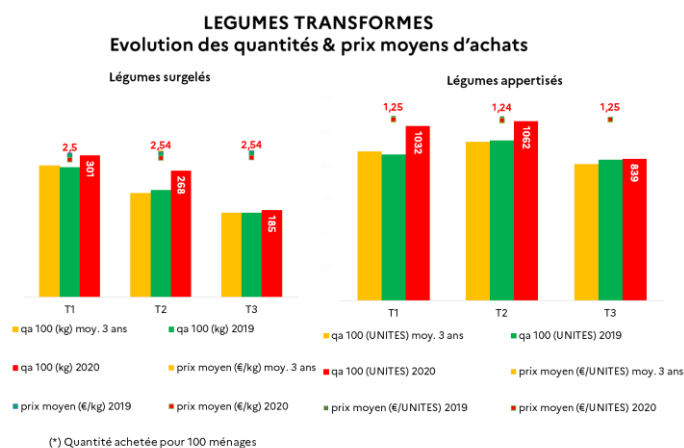
Source : Kantar Worldpanel

### Légumes transformés

Les achats de **légumes surgelés** pour la consommation à domicile sur le cumul de janvier à octobre 2020 se sont élevés à 850 kg pour 100 ménages, soit une augmentation de 12 % par rapport à la moyenne 2017-19. Cette forte progression s'explique essentiellement par la hausse des achats de mono-légumes et de Marques De Distributeurs (MDD) classiques. Après un troisième trimestre stable, les achats de légumes surgelés sont de nouveau à la hausse en octobre à l'annonce du deuxième confinement.

Concernant les achats de **légumes en conserve** sur les 3 premiers trimestres de l'année, ils ont été en progression de 11,7 % par rapport à la moyenne 2017-19. Cette croissance s'explique principalement par les gains de la catégorie « Grands Légumes » et des MDD. Toutes les grandes catégories ont été en forte augmentation au mois de mars et avril mais les conserves de légumes secs est la seule catégorie qui a connue des progressions sur l'ensemble des périodes des 3 premiers trimestres.

Cependant, il est important de préciser que malgré la bonne dynamique des achats pour la consommation à domicile, le secteur des légumes transformés est pénalisé en 2020 par les périodes d'arrêt et de ralentissement de l'activité de la restauration hors domicile.



Source : Kantar Worldpanel

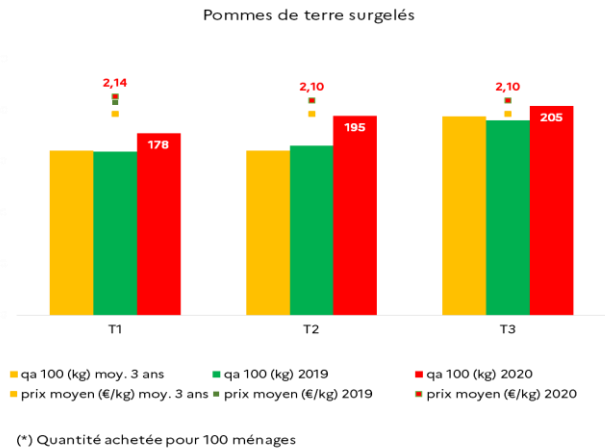
### Pommes de terre transformées

Les achats de **pommes de terre surgelées** sur la période de janvier à septembre 2020 ont atteints 577 kg pour 100 ménages, soit une augmentation de 11,8 % par rapport à la moyenne 2017-19.

Les achats de **chips** sur cette même période ont représenté 86 kg pour 100 ménages, soit une augmentation de + 16 % par rapport à la moyenne 2017-19.

Toutefois, l'augmentation des achats de pommes de terre transformées pour la consommation à domicile ne compensent pas les pertes liées aux arrêts et ralentissements d'activité de la restauration hors domicile.

**POMMES DE TERRE TRANSFORMEES**  
Evolution des quantités & prix moyens d'achats

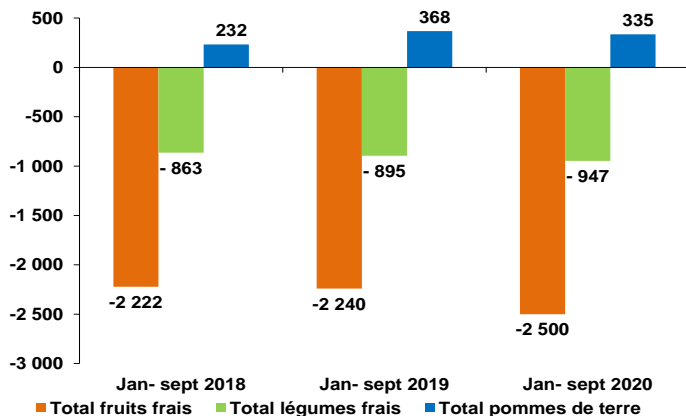


Source : Kantar Worldpanel

## Commerce extérieur

### Janvier-septembre 2020

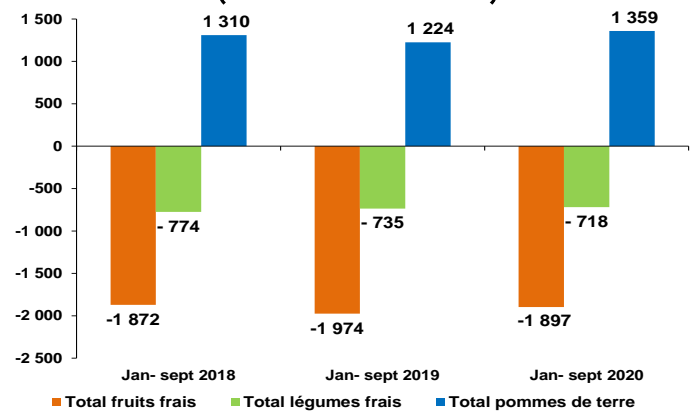
**Balance commerciale de la France en fruits frais, légumes frais et pommes de terre**  
(en millions d'euros)



Source : Douane française

## Solde des échanges de la France en fruits frais, légumes frais et pommes de terre

### (en milliers de tonnes)



Source : Douane française

### Fruits

Durant les neuf premiers mois de l'année 2020, le déficit du solde des échanges en volume de la France en fruits frais s'est légèrement résorbé (avec notamment une baisse des importations durant la période de confinement). En revanche, le coût unitaire ayant été plus élevé, le déficit de la balance commerciale augmente et atteint les 2,5 milliards d'€.

### Légumes

De la même manière et pour les mêmes raisons, le déficit du solde des échanges en volume s'est légèrement résorbé (- 2 %) pour les légumes frais tandis que le déficit commercial s'est encore creusé (+ 6 %) pour atteindre 947 millions d'€.

### Pommes de terre

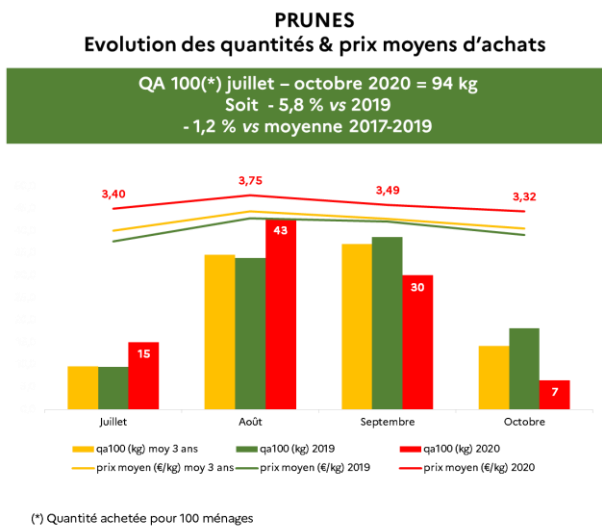
A l'inverse, pour les pommes de terre, lors de la campagne 2019/20 les volumes exportés ont augmenté, mais à des prix inférieurs à la campagne précédente. En conséquence l'année 2020 (janvier-septembre) reste marquée par une augmentation des volumes exportés (+ 11 %), mais une diminution de l'excédent commercial (- 9 %) qui demeure cependant largement positif pour la France (+ 335 millions d'€).

## Focus prune

Campagne 2020

La campagne de prune débute précocement en début juillet. Les variétés s'enchainent rapidement en début de campagne. Le produit bénéficie d'une bonne demande et les mises en avant en GMS valorisent le produit. La campagne se termine début octobre, avec notamment les variétés TC-Sun et Angeleno. Les cours auront été d'un bon niveau sur toute la campagne.

La précocité de la production 2020 a entraîné une augmentation des achats des ménages sur les mois de juillet et août et une baisse sur les mois de septembre et octobre. Sur l'ensemble de la saison (juillet-octobre), les achats pour la consommation à domicile ont représenté 94 kg pour 100 ménages, soit un volume en diminution de - 5,8 % par rapport à 2019 et - 1,2 % par rapport à la moyenne triennale. Les prix au détail ont été supérieurs tout au long de la campagne à ceux de l'année précédente et de la moyenne 3 ans.



Source : Kantar Worldpanel

En 2020 (janvier-sept) les exportations françaises de prunes fraîches ont atteint 7 703 tonnes ce qui représente une diminution de 4 % par rapport à l'année précédente, alors qu'à l'inverse les importations sont en nette augmentation (11 696 tonnes, soit + 27 %). Plus de 90 % de ces échanges ont eu lieu sur la période juillet-septembre.