

CONJONCTURE FRUITS ET LÉGUMES



Note de conjoncture mensuelle sur la filière fruits et légumes

>>> Janvier 2021

Points-clés / Perspectives :



Durant les fêtes, l'activité dans les rayons de fruits et légumes a été ralentie. En effet, excepté pour les agrumes et la salade (accompagnement des plats), les consommateurs sont plus attirés en cette période par des produits plus festifs. En début d'année 2021, après les excès des fêtes, les consommateurs recherchent une alimentation plus saine. Par ailleurs, le climat froid favorise la consommation des produits de saison. Ainsi, le commerce est plus dynamique en semaine 1. Toutefois, l'annonce de l'avancement du couvre-feu à 18h risque de changer les habitudes de consommation. Les produits de longue conservation semblent intéresser plus la demande. Sur les marchés d'export, le commerce est ralenti par les règles sanitaires appliquées dans les différents pays. L'entrée en vigueur du Brexit freine également les échanges avec le Royaume-Uni, en raison essentiellement d'un alourdissement des formalités douanières.

- Concernant les différentes productions en janvier, les légumes de saison bénéficient d'une bonne demande, dynamisée par le climat froid. En **carotte**, le climat ne facilitant pas les travaux au champ, l'offre limitée a du mal à répondre à la demande actuelle. En **salade** la situation est semblable, le froid limitant la production et la demande regagnant de l'intérêt pour le produit. Cependant cela ne permet toujours pas au produit de sortir de crise conjoncturelle. En **pomme de terre** le marché est stable. Les industries reprennent leur activité en début de mois, dans un contexte toujours incertain, la fermeture des restaurants étant prolongée et le couvre-feu ne présageant pas une amélioration de la situation sur le marché de gros. Concernant les productions fruitières, la demande est en hausse également pour la **pomme**, concurrencée jusqu'alors par les fruits exotiques et les agrumes durant les fêtes. En **kiwi** l'offre française continue d'augmenter et la demande reste bien présente pour le produit. La fin de campagne de la **clémentine de Corse** se déroule dans un contexte satisfaisant avec une demande présente malgré la baisse des volumes. Globalement les filières restent attentives aux évolutions prochaines de la situation sanitaire. En effet, il est toujours aussi difficile pour les professionnels d'anticiper les semaines à venir. L'absence des restaurateurs sur le marché de gros est toujours handicapante pour le dynamisme de ce dernier.
- D'après les données KANTAR sur les achats des ménages français pour la consommation à domicile, les quantités achetées de fruits et légumes frais pour 100 ménages, tous circuits confondus, sont en nette augmentation sur la période du 29 novembre au 27 décembre 2020 (P 13), (+ 7,5 % vs. P13 2019). Cette augmentation est beaucoup plus marquée pour les achats de légumes (+ 15,4 % vs. P13 2019) que pour ceux de fruits (+ 2,1 % vs. P13 2019). Pour les fruits, cette augmentation des achats concerne essentiellement les achats de fruits exotiques (+ 9,2 % vs. P13 2019). Au global, ce sont les quantités mises dans le panier par acte qui expliquent l'augmentation des quantités achetées, la fréquence d'achat restant stable. Cependant, on note que la hausse des volumes d'achat de fruits et légumes bio (+ 8,1 % vs. P13 2019) est due à une augmentation de la taille de clientèle alors que les quantités achetées par acheteur sont en légère baisse. Pour leurs courses de fin d'année en fruits et légumes frais, les français se sont davantage tournés vers les circuits spécialisés. En effet, les super et hypermarchés ont perdu 3,7 points de parts de marchés en volume quand les circuits spécialisés en ont gagné 2,1 (notamment primeurs, marchés, grandes surfaces frais et vente directe). On note également une augmentation des achats de légumes via le On Line généraliste qui gagne 1,1 point de PDM en volume.
- D'après les derniers chiffres de la douane française, en novembre 2020, les importations en volume de fruits frais sont en très légère augmentation (+ 0,5 % vs. 2019). Les principaux fruits concernés par cette hausse sont les kiwis (+ 44 %) et les raisins de table (+ 16 %). Pour les légumes frais (hors pommes de terre), les importations en volume sont également en progression (+ 2 % vs. 2019), c'est le cas notamment des importations de tomates (+ 6 % vs. 2019). Quant aux exportations de légumes frais, elles sont aussi légèrement supérieures à celles de novembre 2019 (+ 1 %).

<p>CAROTTE</p>  <p>Prix : ↗</p> <p>Référence 5 ans* : + 22 %</p> <p>Volume : ↘</p>	<p>Le marché gagne brièvement en dynamisme avant les fêtes, les acheteurs anticipant les jours fériés. Durant les fêtes la consommation du produit est faible. En début de mois de janvier, la réouverture des collectivités et la fin de la période de fêtes permettent un retour d'une demande dynamique. De plus, le climat froid favorise la consommation du produit. En parallèle les pluies et le gel matinal compliquent les travaux au champ. L'offre est relativement limitée, permettant ainsi une hausse des cours.</p> <p>En termes de consommation sur P13**, les achats en volume et en valeur de carottes sont en nette augmentation par rapport à 2019 (respectivement + 7,1 % vs. P13 2019 et + 9,7 % vs. P13 2019) avec tous les indicateurs d'achat en hausse.</p> <p>Sources : RNM / panel KANTAR</p>
<p>POMME DE TERRE</p>  <p>Prix : →</p> <p>Volume : →</p>	<p>Durant la période des fêtes, la hausse de fréquentation des centres villes incite de nombreux restaurateurs à proposer une offre à emporter. Cela permet une augmentation des achats sur le marché de gros. Cependant, par la suite, la mise en place d'un couvre-feu limite cette activité. Début janvier, les industries reprennent leur activité, mais toujours dans un contexte incertain, les restaurants étant toujours fermés et le couvre-feu étant avancé à 18h. Sur le marché du frais, des opérations promotionnelles permettent de fluidifier le commerce. Les cours sont stables.</p> <p>A l'export, les échanges sont ralentis par le contexte sanitaire, mais aussi par le Brexit.</p> <p>En termes de consommation sur P13**, les achats en volume de pommes de terre fraîches sont en augmentation (+ 3,8 % vs. P13 2019) et stables en valeur avec des prix moyen payés en diminution (- 3,6 % vs. P13 2019).</p> <p>Sources : RNM / panel KANTAR</p>



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

** P13 : période du 29 novembre 2020 au 27 décembre 2020

<p>SALADE</p>  <p>Prix : ➔</p> <p>Référence 5 ans* : - 28 %</p> <p>Volume : ↘</p>	<p>La demande pour le produit augmente épisodiquement pour les fêtes, notamment pour la mâche qui reste un accompagnement apprécié. Cette hausse des achats permet une stabilité des cours. Suite au week-end du 1er janvier, la demande augmente de nouveau pour le produit. Au sortir des fêtes les consommateurs sont en demande d'une alimentation plus saine. En parallèle l'offre est limitée suite à un ralentissement de la production dû à un climat froid. Cela permet une hausse des cours jusqu'en semaine 3, où ils se stabilisent de nouveau. Ces évolutions ne permettent cependant pas à la laitue d'hiver de sortir de crise conjoncturelle, celle-ci ayant débutée le 14 décembre dernier. A l'export le commerce gagne en dynamisme à destination de l'Allemagne. Suite au Brexit, les échanges sont ralentis à destination du Royaume-Uni, à cause de formalités douanières alourdies.</p> <p>Les achats de salades des ménages français pour leur consommation à domicile sur P13** sont en augmentation de 9,8 % en volume en lien avec un taux d'acheteur en hausse. Cependant, les achats de salade en valeur sont en augmentation de seulement 3,4 % à cause d'un prix moyen payé en baisse de 5,8 % par rapport à la même période en 2019.</p> <p>Sources : RNM / panel KANTAR</p>
<p>KIWI</p>  <p>Prix : ➔</p> <p>Référence 5 ans* : + 40 %</p> <p>Volume : ↗</p>	<p>Après une période sans grande animation durant les fêtes de fin d'année, le commerce reprend progressivement du dynamisme en début janvier. L'essentiel des ventes est à destination des centrales d'achats. Les commandes sur marché de gros sont toujours hétérogènes, avec la fermeture maintenue des restaurants. Les cours se maintiennent à un bon niveau, au-dessus de ceux de la campagne précédente.</p> <p>En termes de consommation sur P13**, les achats de kiwi sont en nette augmentation par rapport à 2019 et de manière bien plus marquée en valeur (+ 25,9 % vs. P13 2019) qu'en volume (+ 8,9 % vs. P13 2019). Cette différence est due à une forte augmentation du prix moyen payé (+ 15,7 % vs. P13 2019). La hausse des achats en volume est liée à un agrandissement de la taille de clientèle.</p> <p>Sources : RNM / panel KANTAR</p>

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

** P13 : période du 29 novembre 2020 au 27 décembre 2020

<p>POMME</p>  <p>Prix : →</p> <p>Référence 5 ans* : + 16 %</p> <p>Volume : →</p>	<p>Durant les fêtes de fin d'année, le produit intéresse peu les consommateurs qui lui préfèrent les fruits exotiques et les agrumes. En cette période l'activité est donc calme, l'essentiel de la demande étant pour des réassorts dans la grande distribution. Cependant l'offre limitée, notamment avec l'arrêt d'activités de certaines stations d'expédition, permet une bonne stabilité des cours. En début de mois, la demande regagne de l'intérêt pour la pomme, avec la réouverture des collectivités et la fin des fêtes. En semaine 2, les prix entament une hausse puis tendent à se stabiliser. A l'export, un ralentissement du commerce s'opère en semaines 52 et 53, notamment à destination du Royaume-Uni, avec les règles sanitaires mises en place à l'annonce d'un variant anglais du virus. Par la suite, l'entrée en vigueur du Brexit ralentit l'export et alourdit le marché.</p> <p>En termes de consommation sur P13**, les achats de pommes sont stables en volume mais en augmentation en valeur (+ 10,6 % vs. P13 2019) avec un prix moyen payé en hausse (+ 10,7 % vs. P13 2019).</p> <p>Sources : RNM / panel KANTAR</p>
<p>CLÉMENTINE</p>  <p>Prix : →</p> <p>Référence 5 ans* : + 13 %</p> <p>Volume : ↘</p>	<p>Fin décembre, les volumes diminuent progressivement d'une semaine à l'autre. En parallèle la demande est importante en particulier avec les fêtes de fin d'année. La demande ne peut satisfaire l'ensemble des commandes. Les nombreuses pluies affectent la qualité des fruits (tâche d'eau, pourriture, ...), entraînant d'importants tris en stations d'expédition. Les cours restent fermes jusqu'en fin de campagne, en semaine 2. Malgré des débuts compliqués par un climat doux, le commerce aura été satisfaisant tout au long des périodes de fêtes, avec des cours au-dessus de ceux de l'année dernière en deuxième moitié de campagne.</p> <p>En termes de consommation sur P13**, les achats en volume et en valeur de clémentines et mandarines sont en augmentation modérée par rapport à 2019 (respectivement + 3,2 % vs. P13 2019 et + 3,5 % vs. P13 2019).</p> <p>Sources : RNM / panel KANTAR</p>

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

** P12 : période du 2 novembre 2020 au 29 novembre 2020