

Note de conjoncture

> L'analyse économique de FranceAgriMer



● 13 décembre 2016

La situation des fruits et légumes d'hiver en 2016

Les marchés des fruits et légumes d'hiver sont globalement déséquilibrés. Pour certains produits, l'offre, déficitaire par rapport aux campagnes précédentes, ne suffit pas à satisfaire la demande ; pour d'autres, la consommation est peu dynamique et ne permet pas d'absorber les volumes. En légumes, le marché est compliqué en **endive** et **chou-fleur**, pour lesquels les rendements sont peu élevés, plus animé en **carotte**. En fruits, l'activité est dynamique en **clémentine corse** et **noix**, mais plus calme en **pomme** et **poire**.

Sur le marché de l'**endive**, les rendements de la campagne 2016-2017 sont nettement inférieurs à ceux de la campagne précédente. Depuis mi-octobre, l'offre est inférieure à la demande. Les prix ont progressé très rapidement jusqu'à la mi-novembre, et les opérateurs de la filière ont du baisser les prix pour relancer les acheteurs. Début décembre, les rendements n'évoluent pas. Les produits sont de bonne qualité et sont presque en totalité absorbés par un commerce peu dynamique. Les cours subissent cette morosité et sont revus quotidiennement à la baisse.

Les conditions climatiques fraîches ralentissent la croissance végétative du **chou-fleur**. L'offre limitée s'écoule à des prix élevés. Les débouchés à l'exportation tirent les prix vers le haut, ce qui freine la demande intérieure.

Depuis le début de la campagne 2016-2017, les cours de la **carotte** se maintiennent à des niveaux inférieurs à ceux de la campagne précédente et à la moyenne des cinq dernières campagnes. En effet, malgré une contraction de l'offre, la demande est peu présente. La qualité des produits est hétérogène et nécessite un tri important. Mi-novembre, la météo favorise la consommation du produit, mais la concurrence belge est

forte. Les prévisions de production étant à la baisse, les cours ont tendance à être plus fermes.

La campagne **clémentine corse** a démarré début novembre. Les volumes annoncés sont nettement supérieurs à ceux de 2015 avec des calibres 3/4 dominants. Les ventes sont pré cadrées vers les GMS avec un écoulement fluide et un marché très porteur. Fin novembre, les fortes pluies ont freiné la ramasse, limitant les disponibilités. Les cours se réajustent dans tous les calibres en raison des actions promotionnelles engagées.

La fin de la campagne de la **noix sèche** approche et les volumes s'écoulent à des prix stables. Les ventes sont lentes sur le marché intérieur, et sont orientées vers les petits calibres. L'export, notamment vers l'Allemagne, est plus demandeur. Les cours sont supérieurs à ceux de la dernière campagne, et proches de la moyenne quinquennale.

Le commerce de la **pomme** est ralenti pour toutes les variétés, à l'exception des variétés dites « clubs ». La demande est calme sur les marchés intérieur et européen, plus dynamique vers le grand export. Le temps clément, ainsi que la concurrence des autres fruits (agrumes et fruits exotiques), ne favorisent pas la consommation. Certains réajustements de cours sont nécessaires, mais les prix sont, dans l'ensemble, maintenus.

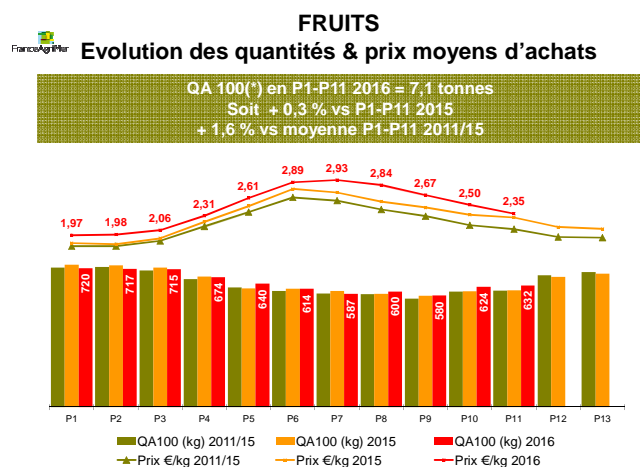
Le marché de la **poire** d'automne est, lui aussi, calme. La demande est peu dynamique, mais les sorties sont régulières et les cours reconduits. Depuis le début de la campagne, les cours sont au dessus de la moyenne quinquennale et globalement supérieurs à ceux de la dernière campagne.

Consommation (Source Kantar Worldpanel)

Du 28 décembre 2015 au 30 octobre 2016

Fruits

Entre le 28 décembre 2015 et le 30 octobre 2016 (périodes P1-P11/2016), les achats de fruits par les ménages français pour leur consommation à domicile, totalisent 7,1 tonnes de fruits pour 100 ménages, ce qui est très proche de l'année dernière à la même époque (+0,3 % vs 2015) et légèrement supérieur à la moyenne quinquennale (+ 1,6 %). Le léger retard dans les achats de fruits constaté au premier semestre a donc été rattrapé en deuxième partie d'année, notamment durant les périodes P10 et P11 (du 5 septembre au 30 octobre).



Le pourcentage de ménages acheteurs (99 %) est resté stable par rapport à 2015 et à la moyenne quinquennale. Pour ces ménages acheteurs le niveau moyen d'achat est également stable (80 kg par foyer, soit - 0,4 % vs 2015 et + 0,8 % vs moyenne 2011/15).

Sur l'ensemble de la période (périodes P1 à P11, soit du 28 décembre 2015 au 30 octobre 2016), les fruits les plus achetés sont, dans l'ordre : les pommes, les bananes, les oranges, les pêches et nectarines, les clémentines et les poires.

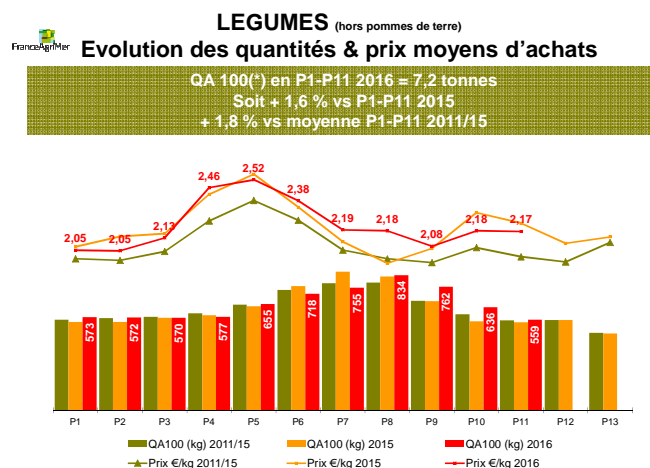
Année	Quantités achetées / 100 ménages		
	2015	2016	Var. %
Pommes	1312 kg	1269 kg	-3%
Bananes	1095 kg	1134 kg	+4%
Oranges	958 kg	947 kg	-1%
Pêches et nectarines	679 kg	670 kg	-1%
Clémentines	529 kg	532 kg	+1%
Poires	386 kg	380 kg	-2%
Total fruits	7 080 kg	7 110 kg	0%

Source : Kantar WorldPanel

Ce classement, très stable d'une année à l'autre n'a pas changé par rapport à la même période en 2015. Toutefois la banane a connu la hausse la plus importante avec 4 % d'achats en plus, tandis que les achats de pommes sont en baisse (-3%).

Légumes

Pour les légumes également, les volumes d'achats sont en augmentation. En effet, entre le 28 décembre 2015 et le 30 octobre 2016, les français ont acheté, pour leur consommation à domicile, 7,2 tonnes de légumes pour 100 ménages, soit + 1,6 % vs 2015 et + 1,8 % vs 2011/15. De même que pour les fruits le second semestre a été plus propice aux achats que le premier en particulier lors de périodes P9 et P10 (du 8 août au 2 octobre).



Avec 79 kg par ménage en moyenne, le niveau moyen d'achat des ménages acheteurs (99 % des ménages) a également augmenté en volume (+1,7 % vs 2015 et +1,3 % vs 2011/15).

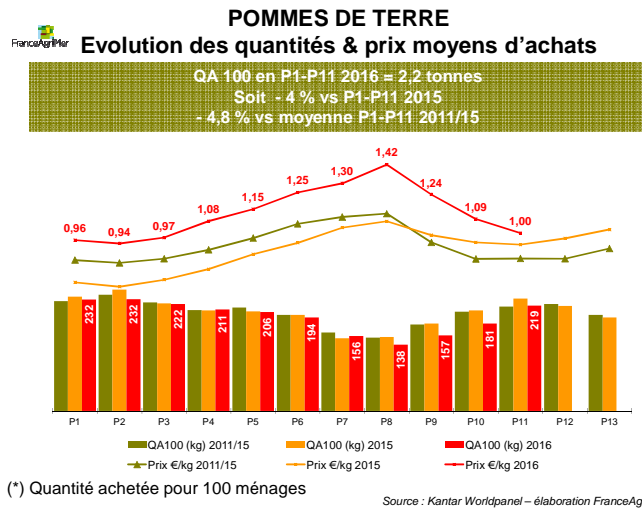
Sur l'ensemble de la période, les légumes les plus achetés sont, dans l'ordre : les tomates, les carottes, les melons, les salades, les courgettes et les endives.

Année	Quantités achetées / 100 ménages		
	2015	2016	Var. %
Tomates	1 293 kg	1 303 kg	+1%
Carottes	768 kg	758 kg	-1%
Melons	676 kg	713 kg	+5%
Salades	455 kg	467 kg	-3%
Courgettes	437 kg	487 kg	-11%
Endives	417 kg	410 kg	-2%
Total légumes	7 098 kg	7 211 kg	+2%

De même que pour les fruits, les quantités achetées pour les principaux légumes sont plutôt stables d'une année à l'autre. On notera toutefois la forte hausse des achats de melons (+ 5 %) notamment au mois d'août qui explique en partie le rattrapage de la consommation de légumes en deuxième partie d'année.

Pommes de terre

Sur la période qui va du 28 décembre 2015 au 30 octobre 2016, le cumul des achats de pommes de terre par les ménages pour leur consommation à domicile totalise 2,2 tonnes pour 100 ménages ce qui constitue un recul de -4 % par rapport à l'année précédente et -5 % par rapport à la moyenne quinquennale.



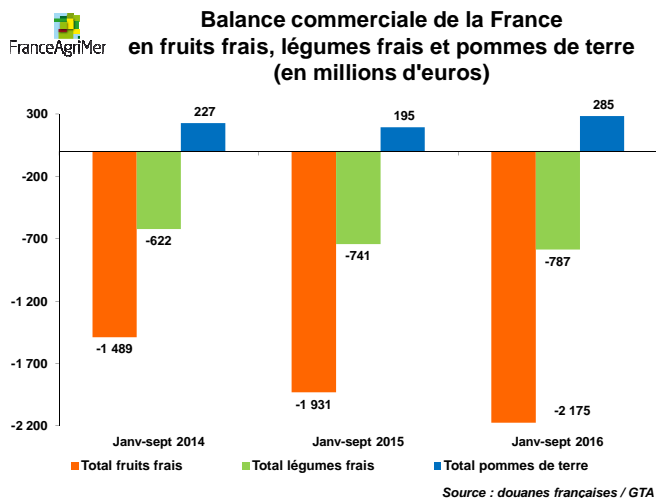
Pour les pommes de terre, l'évolution la plus remarquable sur la période concerne le prix moyen d'achat (1,13 €/kg) qui a fortement augmenté (+28 % par rapport à 2015 et +20 % par rapport 2011/15). Mais cet écart tend à se réduire au mois d'octobre.

Commerce extérieur (janvier-septembre 2016)

Fruits

Durant les trois premiers trimestres de l'année 2016, le déficit commercial de la France en fruits frais dépasse les deux milliards d'euros, ce qui correspond à un déficit supérieur de 13 % à celui de la même période en 2015 et de 46 % supérieur à celui de 2014.

Ce sont les fruits exotiques et plus encore les agrumes qui ont été les plus gros contributeurs à cette augmentation du montant des importations. Les importations françaises de fruits proviennent très majoritairement d'Espagne.



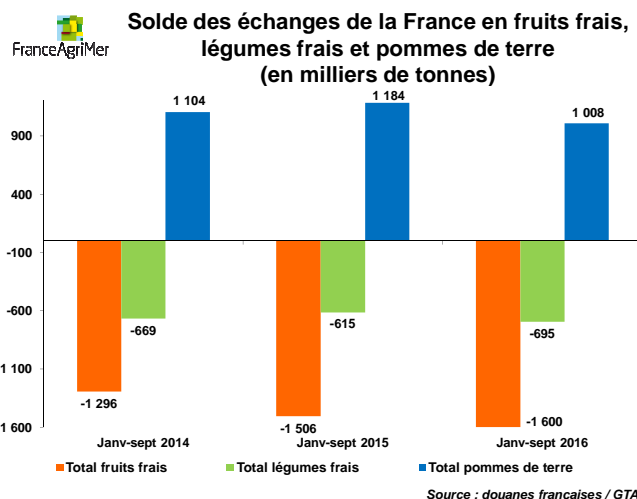
Sur un total des importations qui se chiffre à 3,3 milliards d'euros sur la période janvier-septembre 2016, environ 1,2 milliard d'euros correspondent à des produits d'origine espagnole. Dans ces importations en

provenance d'Espagne, les agrumes représentent à eux seuls 483 000 euros (soit 40% du total) et ce montant, en augmentation de 18 % par rapport à 2015 contribue fortement à l'augmentation en valeur des importations.

Le montant des exportations est quant à lui plutôt stable, quoiqu'en légère baisse (-1 %).

Ainsi, le déficit commercial de la France qui avait déjà fortement augmenté en 2015 (+26 % par rapport à 2014), devrait s'aggraver à nouveau en 2016.

En volume, le déficit s'est également creusé par rapport à l'année précédente mais dans des proportions nettement moindres : - 6 % par rapport à 2015 sur la même période. C'est donc dans l'augmentation du prix des importations, entre autres des agrumes et fruits exotiques, que se trouve la raison principale de cette aggravation du déficit commercial pour les fruits.



Légumes

Avec un total de - 787 millions d'euros pour les trois premiers trimestres 2016, le déficit commercial de la France pour les légumes frais s'est également aggravé, mais dans des proportions moindres que pour les fruits (+6 % par rapport à 2015 et +27 % par rapport à 2014).

Pour les légumes, l'accroissement du déficit par rapport aux années précédentes s'est accentué au fur et à mesure de l'année. En effet, les conditions météorologiques très particulières du printemps 2016 ont entamé la production de nombreuses espèces.

De même que pour les fruits, c'est le montant des importations (1,6 milliard d'euros au 30 octobre, soit +4 % par rapport à 2015) qui explique ce creusement du déficit. Les exportations, en effet, ont au contraire un peu augmenté (799 millions d'euros, +3 % vs 2015) mais pas suffisamment pour combler la hausse des importations.

Pommes de terre

Les pommes de terre présentent au contraire un excédent commercial conséquent. De plus, si le solde des échanges en volume s'est détérioré (-15 % en volume par rapport au troisième trimestre 2015), du fait du renchérissement du prix de la pomme de terre à l'export, l'excédent commercial (+285 millions d'euros en

cumul annuel au troisième trimestre 2016) a nettement augmenté (+46 % par rapport à 2015 et +26 % par rapport à 2014).

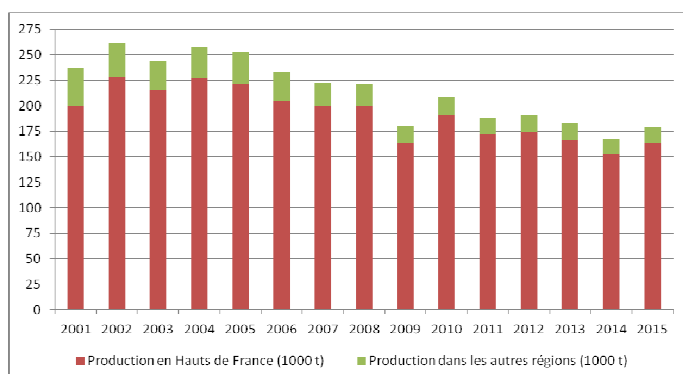
Focus endive campagne 2015/16

La campagne endive 2015-2016 débute avec une offre modérée qui s'écoule aisément. Dès novembre, en revanche, le marché subit une demande fluctuante liée à des facteurs extérieurs (conjoncture sociale, état d'urgence, météorologie exceptionnelle) alors que les volumes mis sur le marché ne sont pas extraordinairement élevés. Au final, les cours de la campagne 2015-2016 ont été dans la moyenne des 5 dernières années.

En 2015, la production française d'endives (chicons) totalise 179 000 tonnes ce qui représente une augmentation de 7 % par rapport à 2014 mais se situe nettement en dessous de la moyenne quinquennale (- 6 %).

La production française d'endives est très localisée, sur les 179 000 tonnes produites en 2015, 164 000 tonnes l'ont été dans la région Hauts-de-France, ce qui correspond au poids habituel de cette région dans la production nationale.

Production française d'endives en milliers de tonnes



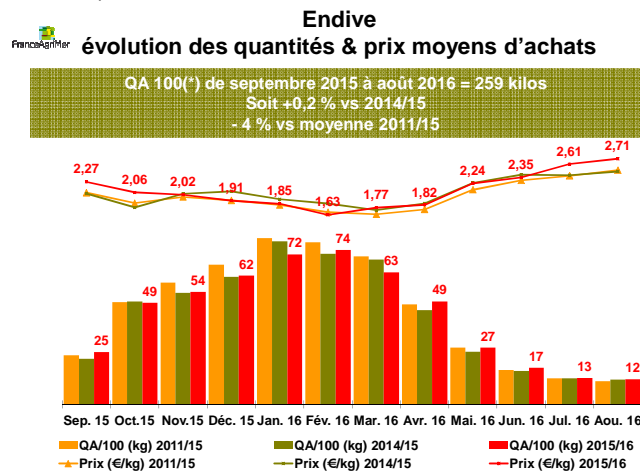
Source : Agreste

En tendance, la production française d'endives est en baisse : la production moyenne est passée de 250 000 tonnes (moyenne 2001/2005) à 182 000 tonnes (moyenne 2011/2015) soit une diminution de 27 %. La même tendance se retrouve en Hauts-de-France avec une production qui est passée de 218 000 tonnes (moyenne 2001/2005) à 166 000 tonnes (2011/2015), soit une baisse 24 % sur la même période.

Le pic de consommation de l'endive se situe aux mois de janvier et février et l'essentiel des achats s'étale de septembre à avril. Dès le mois de mai, les achats diminuent nettement et la période de juin à août correspond à un creux important (environ 6% à 7 % des achats annuels pour ces trois mois cumulés).

Au cours de cette campagne (comme les précédentes), les français ont été nombreux à consommer des endives à domicile, un peu plus des trois quart d'entre eux : en

effet, le taux de pénétration nationale pour l'endive fraîche est de 76 % en 2015 (taux de pénétration = nombre de ménages ayant acheté au moins une fois dans l'année de l'endive pour leur consommation à domicile).



(*) Quantité achetée pour 100 ménages

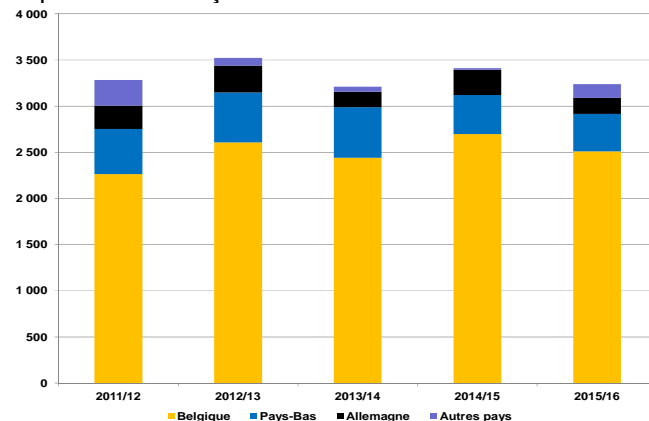
En moyenne quinquennale (2011/2015), ce taux est d'ailleurs légèrement plus élevé (78 %). Mais les achats sur la période septembre 2015 – août 2016, s'ils sont extrêmement proches de l'année précédente, accusent tout de même un repli par rapport à la moyenne quinquennale. Les achats par ménage pour leur consommation à domicile ont ainsi baissé de presque 11 % entre 2011 et 2015.

L'endive française est un produit d'exportation (les importations sont à un niveau relativement faible) et la production nationale couvre largement la demande intérieure.

En effet, en comparaison avec les volumes produits, les importations françaises d'endives sont très modestes, de l'ordre de 3 000 t à 4 000 t, exceptionnellement plus de 5 000 t.

En 2015/16 (sept2015-août2016), la France a importé un peu moins de 3 300 tonnes d'endives pour une valeur d'environ 3,5 millions d'euros, ce qui est proche de la moyenne quinquennale (-2%).

Importations françaises d'endives en tonnes

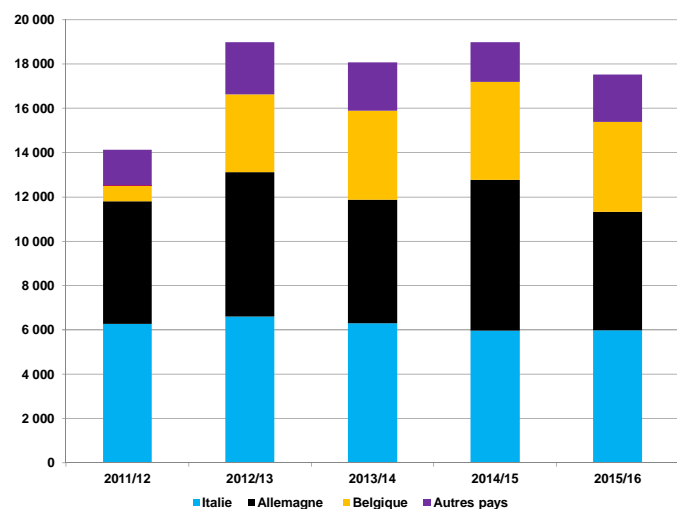


Source : Douanes françaises / GTA

Un fournisseur principal se dégage nettement : la Belgique, qui fournit régulièrement plus des trois quart des volumes importés.

Concernant les exportations les volumes sont nettement plus conséquents, mais de même que pour les importations, un nombre de partenaires très réduits (tous européens) concentre l'essentiel des volumes.

Exportations françaises d'endives en tonnes

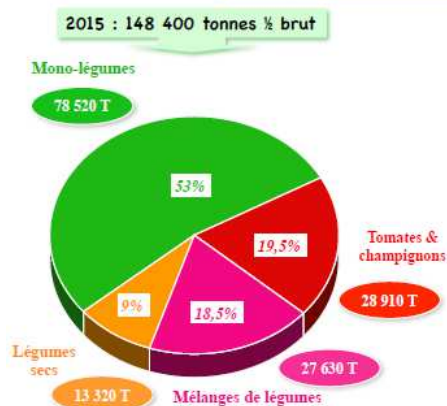


Source : Douanes française / GTA

Les exportations de 2015/16 (17 500 tonnes) accusent un léger recul par rapport à la campagne précédente mais sont extrêmement proches de la moyenne quinquennale. De même que les années précédentes les partenaires sont très concentrés : trois pays se partagent l'essentiel du volume dans des proportions relativement proches : l'Italie, l'Allemagne et la Belgique.

Les légumes transformés en restauration hors foyer en 2015

Un marché en baisse pour les légumes en conserve



Avec 119.500 tonnes (hors tomates et champignons), les légumes en conserve sont en baisse de -2,2 % entre 2014 et 2015 (-2 700 T ½ b). On peut noter cependant un

ralentissement de la dégradation du marché (- 5 400 T ½ b sur la période précédente).

Les mono légumes sont en baisse de 3 % en volume : -5 % pour les haricots verts (11 % des volumes), les céleris (5 % des volumes) et les salsifis (3 % des volumes) ; -4 % pour le maïs (8 % des volumes) ; -2 % pour les flageolets (3 % des volumes) ; -1 % pour les petits pois (8 % des volumes). Par contre, leurs prix moyens d'achat ont augmenté de 0,8 % grâce à une augmentation de 2,3 % du prix du salsifis.

Les mélanges sont en baisse de 2,2 % : -6 % pour les garnitures de légumes (1 % des volumes), -4 % pour les pois et carottes (3 % des volumes) et -2,5 % pour la macédoine (8 % des volumes). Les prix moyens d'achat ont diminué de -0,4 %.

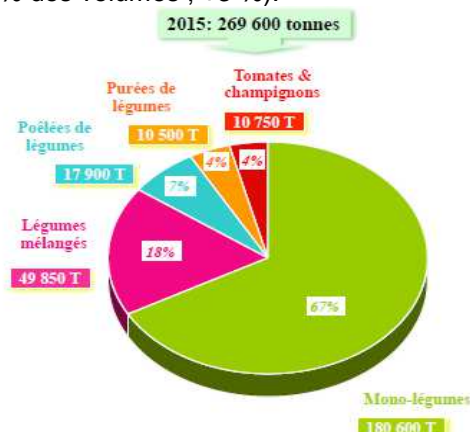
Un marché soutenu uniquement par les légumes surgelés

Avec 258.900 tonnes de légumes surgelés (hors tomates et champignons) utilisées en 2015, les volumes sont en hausse de 0,8 % par rapport à 2014, ce qui indique une bonne résistance du marché face à la contraction de l'activité en restauration. Les établissements acheteurs de légumes surgelés diminuent légèrement (-0,7 %) alors que les volumes des légumes mis en œuvre pour la confection des repas augmentent de 1,4 %.

En volume, et par rapport à 2014, les taux de croissance du marché sont en progression pour toutes les catégories.

Les mono-légumes représentent 67 % des volumes du marché et ont augmenté de +0,6 % en moyenne par rapport à 2014. Certains ont subi des baisses de consommation : carottes (9% des volumes ; -2 %), choux fleurs (7% des volumes ; -2%), épinards (6 % des volumes ; -1 %), salsifis (1% des volumes ; -4 %).

D'autres sont en croissance : haricots verts (12 % des volumes ; +1 %), petits pois (4 % des volumes ; +5 %), oignon (6% des volumes ; +3 %).



Les utilisations des **légumes mélangés** ont progressé (18 % du marché ; +1 %). Le volume des poêlées reste stable (+0,2 %).

Les achats de **purées de légumes**, qui représentent 4 % des volumes, sont en forte évolution avec une augmentation de +3,4 % (vs. une diminution de -2 % entre 2013-2014).

Les prix sont en baisse pour les mono légumes (-0,8 %) et les mélanges (-0,9 %) mais en hausse pour les purées (+1,6 %).

Tendances structurelles du marché de 2012 à 2015

Légumes surgelés

Depuis 2012, le marché des légumes surgelés est positif en volume (+0,4 %) et repart à la hausse en 2015 après une stabilisation en 2014.

La tendance sur quatre ans indique que le marché, en baisse marquée et continue pour la restauration commerciale (conséquence de la dégradation du marché en terme de fréquentation), est soutenu par la restauration collective.

Légumes surgelés bio

Ce marché est dominé par les mono-légumes qui orientent l'ensemble de l'offre bio en légumes surgelés (+39,2 % en volume en quatre ans). Le succès des poêlées bio ne se dément pas et progresse sur un rythme soutenu et régulier tous les ans (+49 %). Les prix moyens sont globalement orientés à la baisse depuis 2012 (-20 %) mais avec un net tassement entre 2013 et 2015 pour la catégorie phare des mono-légumes.

Les collectivités (l'enseignement notamment) restent le segment porteur des légumes surgelés bio.

Légumes en conserve

Le marché ne cesse de reculer depuis 2012 (-3,6 %) avec un mouvement à la baisse qui a été cependant divisé par deux en 2015. Les prix moyens sont en hausse sensible sur plusieurs années, mais avec un net ralentissement en 2015.

Source : UNILET

Ont contribué à ce numéro : Unité Cultures et filières spécialisées / Service Marchés et études de filières