

Mars 2021

Points-clés / Perspectives :

La situation sanitaire maintient sur les marchés une certaine prudence. L'incertitude sur les évolutions à court terme de la situation force les acheteurs à rester attentistes. Le couvre-feu entraîne un rythme de fréquentation inhabituel dans les commerces, en matinée et le week-end principalement. Les hypermarchés sont moins sollicités au profit des supermarchés et commerces de proximités. L'annonce de mesures de confinements localisés confirme la fragilité de la situation.

- Concernant les différentes productions en mars, les espèces printanières arrivent sur le marché, avec les premiers volumes de **concombre, fraise, asperge** et **tomate**. La météo douce favorise la bonne mise en place de ces produits qui bénéficient d'une bonne demande. En parallèle, les productions maraichères hivernales se maintiennent également sur le marché. Les volumes limités en **poireau** permettent un bon niveau de prix dans les échanges commerciaux. En **endive**, la demande est en diminution pour ce produit. Cependant la bonne gestion des volumes mis sur le marché par les opérateurs de l'amont permet d'entretenir un marché à l'équilibre, celui-ci restant cependant fragile. Concernant les productions fruitières, la situation évolue peu par rapport au mois dernier. Bien que l'arrivée de la **fraise** détourne en partie les consommateurs des produits plus hivernaux, la demande globale reste d'un bon niveau. En **pomme** les stocks limités permettent un raffermissement des cours. Concernant le **kiwi**, les écoulements restent satisfaisants à l'approche de la fin de campagne. La situation générale reste cependant dépendante des mesures sanitaires. Les professionnels sont très prudents dans leur activité et attendent les évolutions prochaines du marché. L'absence des restaurateurs est toujours pesante sur les marchés de gros, notamment pour des produits tel que la salade, dont certaines variétés sont quasi-exclusivement destinées à la RHD.
- D'après les derniers chiffres de la douane française, en janvier 2021, les importations en volume de fruits frais sont en augmentation (+ 5,9 % vs. 2019). Les principaux fruits concernés par cette hausse sont les bananes (+ 13,1 %) et les pommes (+ 25,3 %). Pour les légumes frais (hors pommes de terre), les importations en volume sont au contraire en diminution (- 3,1 % vs. 2019), c'est le cas notamment des importations de salades (- 17,6 % vs. 2019). Quant aux exportations de légumes frais, elles sont en nette baisse par rapport à janvier 2019 (- 14,5 %).

<p>POIREAU</p>  <p>Prix : ↗</p> <p>Référence 5 ans* : + 67 %</p> <p>Volume : ↘</p>	<p>Fin février le marché est calme. En effet la demande est peu présente. Les congés scolaires sont toujours d'actualité dans certaines régions. De plus, début mars le climat est plus printanier, incitant peu à la consommation du poireau. L'arrivée de produits comme le concombre et le radis détourne une partie de la demande. En parallèle l'offre est limitée, la production subissant toujours les effets de la météo de mi-février. Un tri et un effeuillage plus conséquent sont nécessaires en stations d'expédition, diminuant ainsi les rendements. Ces faibles volumes permettent de limiter la baisse des cours jusqu'en semaine 9 où ils se stabilisent. Par la suite, l'offre reste faible tout au long du mois de mars. En effet, la fin de campagne approche et de nombreux opérateurs terminent leurs stocks pour laisser plus de place aux produits de saison (asperge, fraise, tomate, ...). La demande, bien qu'en perte d'intérêt pour le produit, reste tout de même présente notamment à la fin de la semaine 10, anticipant une chute des températures. Elle est supérieure à l'offre actuelle et les cours sont en hausse.</p>
<p>ENDIVE</p>  <p>Prix : →</p> <p>Référence 5 ans* : + 24 %</p> <p>Volume : →</p>	<p>Le marché est peu dynamique. Les consommateurs ne semblent pas intéressés par le produit. La demande est quasiment absente pour ce produit. La météo plus douce et l'arrivée sur le marché des productions printanières semblent expliquer en partie ce désintérêt pour l'endive. L'offre, d'abord limitée par les difficultés de transport liées aux restrictions préfectorales après les intempéries de fin février, reste maîtrisée à la production. En effet les opérateurs de l'amont tentent de maîtriser leurs volumes afin de ne pas surcharger le marché. De plus, des opérations promotionnelles permettent d'entretenir un certain flux de vente. Ces engagements commerciaux permettent d'absorber en semaine 10 une grande partie des volumes, dégageant ainsi le marché pour la semaine 11. Ainsi malgré une demande atone, les cours sont stables.</p>

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

<p>CONCOMBRE :</p>  <p>Prix : ⬇ puis ➔</p> <p>Référence 5 ans* : + 27 %</p> <p>Volume : ↗</p>	<p>Début mars la campagne du concombre débute avec les premiers volumes en Val de Loire. L'absence de concurrence espagnole rend le produit français recherché. De plus, les conditions climatiques favorisent la consommation du produit. La demande est bonne et l'offre est annoncée en hausse du fait de la hausse des températures et de l'ensoleillement. Par la suite, les volumes nationaux continuent de s'étoffer. La mise en place du marché est satisfaisante avec une demande restant bien présente. La météo dynamise la consommation du produit et les commandes augmentent. Les objectifs d'achats de l'aval ont souvent du mal à être réalisés. A la production, une majorité de petits calibres est à signaler. Le produit français ne subit quasiment aucune concurrence européenne. Jusqu'en semaine 10, le marché reste porteur. En fin de semaine 10, l'arrivée d'importants volumes de l'ensemble des bassins de production entraîne des reports de stocks. En semaine 11, la demande est insuffisante pour absorber l'offre. Les cours baissent puis se stabilisent en-deçà des cours de la campagne précédente.</p>
<p>KIWI</p>  <p>Prix : ➔</p> <p>Référence 5 ans* : + 39 %</p> <p>Volume : ⬇</p>	<p>Le marché est peu évolutif en mars. L'offre s'écoule convenablement face à une demande présente, sans engouement cependant. L'essentiel du commerce est dirigé vers la grande distribution. Les premiers opérateurs en Rhône-Alpes terminent leur campagne, entraînant un report des commandes vers les fournisseurs ayant encore des stocks. A l'échelle nationale le déstockage est à 50% des volumes, ce qui est normal à ce stade de la campagne. Le produit national devrait pouvoir se maintenir sur les étals jusqu'en avril. Les cours se maintiennent fermement sur tout le mois de mars.</p>

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

<p>POMME</p>  <p>Prix : →</p> <p>Référence 5 ans* : + 15 %</p> <p>Volume : ↘</p>	<p>En début de mois de mars, le marché est peu évolutif. La demande est légèrement en baisse, la météo printanière combinée aux congés scolaires érodant la consommation du produit. Par la suite, la demande reste routinière. La faiblesse de l'offre permet de maintenir une activité convenable et des opérations promotionnelles permettent de faciliter les ventes. L'offre diminue peu à peu au cours du mois, notamment pour la Gala. Les volumes de Golden, Breaburn et Chantecler sont variables selon les bassins de production. Les nouvelles productions printanières (fraise et asperge notamment) détournent légèrement la demande, qui reste présente cependant principalement pour les GMS. En début de semaine 10, la baisse des températures redonne un léger dynamisme aux achats. La demande est bien présente et l'enjeu pour les opérateurs de l'amont est désormais de gérer au mieux les stocks et les commandes pour garantir des produits jusqu'en fin de campagne. Les cours se stabilisent après une hausse due à la baisse de l'offre. A l'export le commerce est plus calme du fait de la faiblesse des débouchés. Cependant les variétés clubs bénéficient toujours d'une bonne demande. A destination du Royaume-Uni, la décision de repousser à janvier 2022 la nécessité d'un certificat phytosanitaire permet de garantir un bon flux de vente vers le marché anglais, notamment en Breaburn, Red et Golden.</p>
<p>FRAISE</p>  <p>Prix : →</p> <p>Volume : ↗</p>	<p>La campagne se met lentement en place dès la semaine 9, avec l'apparition des premiers volumes en Bretagne et dans le Sud-Ouest. L'offre augmente par la suite sur l'ensemble des bassins de production. La majorité de l'offre actuelle est constituée de Gariguette. La demande est bien présente, attirée par cette production printanière. Les premiers engagements sont mis en place en fin de semaine 10. La présence de la fraise espagnole en rayon concurrence cependant l'arrivée du produit national. La fraise de Carpentras est également présente sur le marché. Les volumes augmentent et les ventes sont fluides. Les distributeurs manifestent de fortes attentes sur ce produit. Les cours se stabilisent.</p>

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