

## Achats de novembre : principaux fruits et légumes frais achetés par les ménages et part de l'offre française sur le marché

(Moyenne 2017-2019)

### En fruits frais :

Au mois de novembre, **en moyenne sur la période 2017-2019**, les cinq premiers fruits achetés par les ménages sont, en **volume** (quantités achetées) : la pomme (9,3 %), la clémentine-mandarine (8,8 %), la banane (7,7 %), l'orange (6 %) et la poire (3,3 %). En **valeur** (sommes dépensées), les cinq premiers fruits achetés sont les suivants : clémentine-mandarine (9,1 %), pomme (7,9 %), banane (5,8 %), raisin (4,7 %) et orange (4,3 %).

Au mois de novembre, le 1<sup>er</sup> fruit frais acheté par les ménages, en volume, est la **pomme**. La part des volumes commercialisés de l'année reste stable par rapport à octobre (10 %) et le taux d'auto-provisionnement s'accroît encore (+ 2 points à 89 %). La campagne de commercialisation est désormais lancée pour le groupe des **clémentines-mandarines** (17 % des volumes commercialisés de l'année en novembre). Ce dernier constitue le 2<sup>ème</sup> fruit acheté en volume et le 1<sup>er</sup> en valeur. La part de l'offre nationale sur le marché, reposant essentiellement sur la clémentine corse, ne s'élève qu'à 13%, alors que le volume des importations (provenant essentiellement d'Espagne, mais aussi du Maroc) a doublé par rapport à octobre (à un peu plus de 50 000 tonnes). Derrière, la **banane** est le 3<sup>ème</sup> fruit acheté en volume comme en valeur. **L'orange** est pour sa part le 4<sup>ème</sup> fruit acheté en volume et le 5<sup>ème</sup> en valeur. Comme en octobre, la **poire** est le 5<sup>ème</sup> fruit acheté en volume. Novembre est le deuxième mois le plus important en termes de volumes commercialisés pour ce fruit (12 %, après 13 % en octobre). Le taux d'auto-provisionnement connaît un sensible recul (- 5 points, à 57 %), dans un contexte de légère progression des importations. Le **raisin** reste dans le top 5 des principaux fruits achetés en valeur (4<sup>ème</sup>), mais il en sort en volume (6<sup>ème</sup>). La dernière partie de la campagne est désormais entamée pour ce fruit (14 % des volumes commercialisés en novembre, contre 29 % en octobre). Le taux d'auto-provisionnement décroît nettement par rapport au mois précédent (- 20 points, à 13 %), les volumes importés (provenant surtout d'Italie) diminuant moins fortement que l'offre nationale.

### En légumes frais :

Parmi les **légumes**, les cinq premiers achetés par les ménages sont en **volume** : carotte (5,8 %), tomate (3,9 %), endive (3,3 %), oignon (2,6 %) et poireau (2,6 %). En **valeur**, le classement est le suivant : tomate (5,3 %), endive (3,8 %), carotte (3,4 %), salade (3,3 %) et avocat (3,1 %).

Au mois de novembre, la **carotte** passe devant la tomate en tant que 1<sup>er</sup> légume acheté en volume. Ce mois concentre 10 % des volumes commercialisés de l'année pour ce légume (+ 1 point par rapport à octobre). Le poids de l'offre nationale sur le marché reste très majoritaire, bien qu'il cède 2 points pour le deuxième mois consécutif (à 79 %), avec une nouvelle progression des importations (en provenance de Belgique et des Pays-Bas essentiellement). Avec moins de 5 % de ses volumes commercialisés de l'année en novembre, la **tomate** s'approche du point bas de son calendrier de commercialisation (lequel sera atteint de décembre à février). Cela n'empêche pas le légume de rester le 2<sup>ème</sup> acheté en volume, tout en demeurant à la 1<sup>ère</sup> place des achats en valeur. En revanche, la part de l'offre française sur le marché diminue de moitié (à 40 %), les importations connaissant un très net développement (surtout en provenance du Maroc). **L'endive** progresse nettement dans le top 5 des principaux légumes achetés, à la 3<sup>ème</sup> place en volume et 2<sup>ème</sup> en valeur. La production française continue de se développer, face à une concurrence des origines extérieures toujours anecdotique. 11 % des volumes de l'année seront commercialisés au cours du mois (+ 2 points par rapport à octobre). **L'oignon** est le 4<sup>ème</sup> légume acheté en volume au mois de novembre, à égalité avec le **poireau**. En oignon, le mois de novembre concentre 8 % des volumes commercialisés de l'année (- 2 points par rapport à octobre). Un sensible recul de l'offre nationale et une légère augmentation des importations font diminuer le taux d'auto-provisionnement (- 5 points à 81 %). En poireau, le mois de novembre est le plus important de l'année en termes de volumes commercialisés, à égalité avec janvier (15 %). La part de l'offre nationale reste largement majoritaire, bien qu'un léger accroissement des importations, en provenance de Belgique essentiellement, la fasse sensiblement décliner (- 5 points à 86 %). Enfin, Le groupe **salade** (laitues et chicorées) constitue le

4<sup>ème</sup> légume acheté en valeur. Après avoir atteint un pic en octobre, la production française fléchit légèrement, alors que les importations se développent. En conséquence, le taux d'auto-approvisionnement recule sur un mois (- 13 points, à 69 %).

### Tableau de bord sur l'approvisionnement en fruits et légumes frais au mois de novembre et poids des principales espèces dans les achats des ménages, par quinzaine :

Novembre (moyennes 2017-2019)	Clémentine	Kiwi	Poire	Pomme	Raisin	Avocat	Carotte	Courgette	Chou-fleur	Endive	Oignon	Poireau	Salade	Tomate	
Poids de l'import dans l'offre totale disponible en France (part des importations et introductions sur le volume total commercialisé en frais) <sup>1</sup>	87%	76%	43%	11%	87%	100%	21%	87%	19%	1%	19%	14%	31%	60%	
Poids de la production française dans l'offre totale disponible en France (taux d'auto-approvisionnement sur le marché du frais) <sup>1</sup>	13%	24%	57%	89%	13%	0%	79%	13%	81%	99%	81%	86%	69%	40%	
Poids de novembre sur le volume annuel commercialisé en frais sur le marché français, toutes origines confondues <sup>2</sup>	17,4%	8,6%	11,7%	10,1%	13,8%	7,4%	10,0%	6,2%	11,7%	10,8%	8,4%	15,0%	7,6%	4,5%	
<b>Poids du produit dans les achats totaux des ménages en fruits et légumes frais (y.c. pomme de terre et 4<sup>ème</sup> gamme) <sup>2</sup> :</b>															
<b>1<sup>ère</sup> quinzaine (%)</b>	<b>volume</b>	7,7%	1,5%	3,4%	9,4%	3,7%	1,5%	5,7%	2,1%	1,7%	3,3%	2,7%	2,5%	2,5%	4,2%
<b>2<sup>ème</sup> quinzaine (%)</b>		9,9%	1,6%	3,3%	9,2%	2,3%	1,4%	5,9%	2,0%	1,3%	3,4%	2,6%	2,7%	2,5%	3,6%
<b>1<sup>ère</sup> quinzaine (%)</b>	<b>valeur</b>	7,9%	3,3%	3,7%	7,8%	5,6%	3,2%	3,4%	2,2%	1,1%	3,7%	2,1%	2,2%	3,2%	5,6%
<b>2<sup>ème</sup> quinzaine (%)</b>		10,3%	3,3%	3,5%	7,9%	3,8%	3,0%	3,4%	2,3%	0,9%	3,9%	2,1%	2,5%	3,3%	5,0%

<sup>1</sup> Estimation CTIFL d'après : Kantar, Douanes françaises, Agreste -Conjoncture et Statistique Agricole Annuelle

<sup>2</sup> Source : Kantar (panel de 12 000 ménages acheteurs pour une consommation au domicile)

#### Lecture - Pomme :

Le mois de novembre représente 10% du volume de pomme commercialisé en frais sur l'année civile. Sur le volume total de l'offre de pomme commercialisé en frais sur le marché français au cours de ce mois, 11 % possèdent une origine autre que française (importation ou introduction). Le poids de l'origine France s'établit ainsi à 89 %.

Au cours de la 1<sup>ère</sup> quinzaine de novembre la pomme représente 9,4 % du volume d'achat de fruits et légumes frais des ménages (y.c. pomme de terre et 4<sup>ème</sup> gamme). Sur cette 1<sup>ère</sup> quinzaine, le poids de la pomme dans la dépense des ménages en fruits et légumes frais atteint 7,8 %.