

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 %).

En novembre, le 1^{er} 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). Celui-ci constitue le 2^{ème} fruit acheté en volume et le 1^{er} 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^{ème} fruit acheté en volume comme en valeur. **L'orange** est pour sa part le 4^{ème} fruit acheté en volume et le 5^{ème} en valeur. Comme en octobre, la **poire** est le 5^{ème} 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^{ème}), mais il en sort en volume (6^{ème}). 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^{er} 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^{ème} acheté en volume, tout en demeurant à la 1^{ère} 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^{ème} place en volume et 2^{ème} 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^{ème} 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^{ème} 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-provisionnement 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) ¹		87%	76%	43%	11%	87%	100%	21%	87%	15%	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) ¹		13%	24%	57%	89%	13%	0%	79%	13%	85%	99%	81%	86%	69%	40%
Poids de novembre sur le volume annuel commercialisé en frais sur le marché français, toutes origines confondues ²		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%
Poids du produit dans les achats totaux des ménages en fruits et légumes frais (y.c. pomme de terre et 4^{ème} gamme) ² :															
1^{ère} quinzaine (%)	volume	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%
2^{ème} quinzaine (%)		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%
1^{ère} quinzaine (%)	valeur	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%
2^{ème} quinzaine (%)		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%

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

² 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^{ère} 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^{ème} gamme). Sur cette 1^{ère} quinzaine, le poids de la pomme dans la dépense des ménages en fruits et légumes frais atteint 7,8 %.

NB : Les données sur le taux d'auto-approvisionnement présentes dans ce tableau sont susceptibles d'être sensiblement différentes de celles figurant dans sa première version (diffusée en juillet 2020), bien qu'elles se réfèrent à la même période d'observation (moyennes 2017-2019). Cela s'explique par l'ajustement des calculs effectués, afin de prendre compte de nouvelles données mises à disposition depuis la première version. Cela concerne notamment, la prise en compte des dernières données de conjoncture Agreste sur la production mensuelle de fruits et légumes frais, ainsi que l'actualisation de données concernant les calendriers français d'importation et d'exportation.