

Note économique F&L frais



N°4/2005

Parution : avril 2005

Asperge (p. 8)
Chou-fleur (p. 11)
Concombre (p. 16)
Endive (p. 22)
Fraise (p. 28)
Laitue (p. 34)
Pomme (p. 41)
Tomate (p. 48)

Elaboration Division Etudes et Marchés

Note méthodologique

La note économique mensuelle Fruits et Légumes de l'ONIFLHOR a été élaborée dans le souci de diffuser périodiquement (environ toutes les 4 semaines) les informations statistiques disponibles sur le secteur des fruits et légumes, auxquelles l'ONIFLHOR a accès, accompagnées d'une analyse synthétique de ces données.

La note ci-jointe couvre la période du 21 mars au 15 avril 2005, pour les données de commercialisation et les prix moyens.

Pour les autres rubriques, les périodes étudiées ne sont pas identiques, du fait des délais différents de fourniture des informations : les données de consommation issues du panel SECODIP sont décalées en moyenne de 1 mois, les données sur les échanges extérieurs (source douanes) le sont d'environ 3 mois.

Nous attirons l'attention du lecteur sur les périodicités variables des données: certaines sont disponibles en périodicité hebdomadaire, d'autres en mensuelle ou en périodes de 4 semaines.

Enfin, les produits référencés ne sont pas exactement les mêmes, selon que l'on étudie les prix moyens du SNM, les données SECODIP et les échanges. Les données SNM peuvent être relativement segmentées par rapport aux variétés, calibres, catégories (selon la normalisation de commercialisation), conditionnements, alors que les données SECODIP et douanes sont globales pour toutes variétés et origines confondues.

Les rapprochements entre les différentes informations présentées dans la note doivent donc être réalisés en prenant en compte ces remarques préalables.

Synthèse et faits marquants

Commercialisation

Asperge : Un début de campagne difficile pour un produit qui peine à entrer en consommation malgré des prix d'expédition en baisse.

Chou-fleur : La fluidité du marché est encore préservée par une demande externe toujours intéressée et des prélèvements importants pour la surgélation.

Concombre : La demande peine toujours à s'affirmer face à une offre qui commence à entrer peu à peu en pleine production. On attend le réveil de la consommation. Cours en baisse.

Endive : Une nette dégradation qui peut être imputée à l'attentisme et à la prudence de la demande face à une offre toujours soutenue. Situation difficile et prix d'expédition au plus bas.

Fraise : Le commerce de la fraise se met progressivement en place dans une ambiance relativement correcte malgré quelques jours difficiles.

Laitue : Après la raréfaction des volumes des deux derniers mois, le marché de la salade retrouve des niveaux de production qui pèsent d'autant plus sur le commerce que l'offre nationale s'étoffe face à une demande moins présente. Cours en baisse.

Pomme : Une certaine routine pour une activité qui continue désormais de se recentrer sur le marché français.

Tomate : Le marché commence à devenir plus actif sur le produit français, mais on attend avec impatience l'arrivée d'une météorologie plus favorable à la consommation et une relance de la demande.

Consommation

Chou-fleur : La baisse des volumes observée en janvier s'accroît en février et en mars. Les prix sont toujours en hausse.

Concombre : Baisse des achats à partir de mi-février : période de froid

Endive : Bonne reprise des achats à partir de janvier : le froid a dopé les ventes à partir de mi-février.

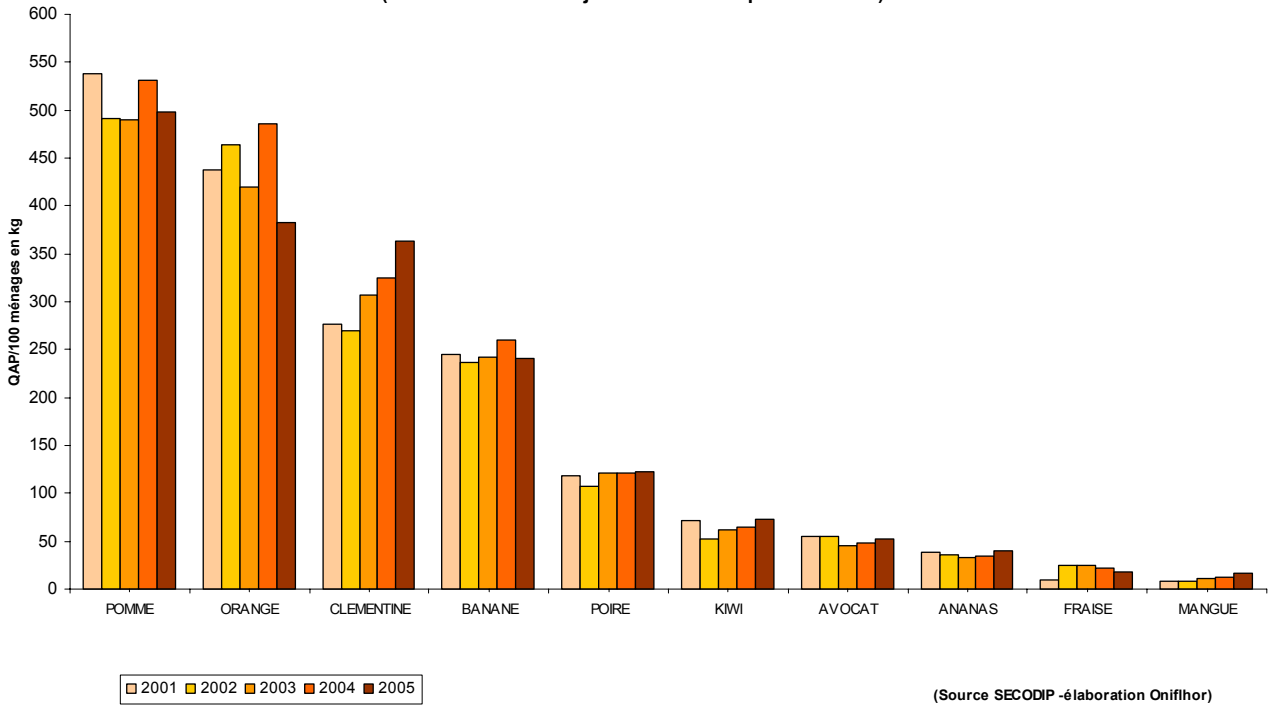
Fraise : Les achats sont nettement inférieurs à ceux de 2004 sur la même période : la vague de froid ayant entraîné des retards de production

Laitue : Baisse des volumes qui s'accompagnent d'une forte hausse de prix

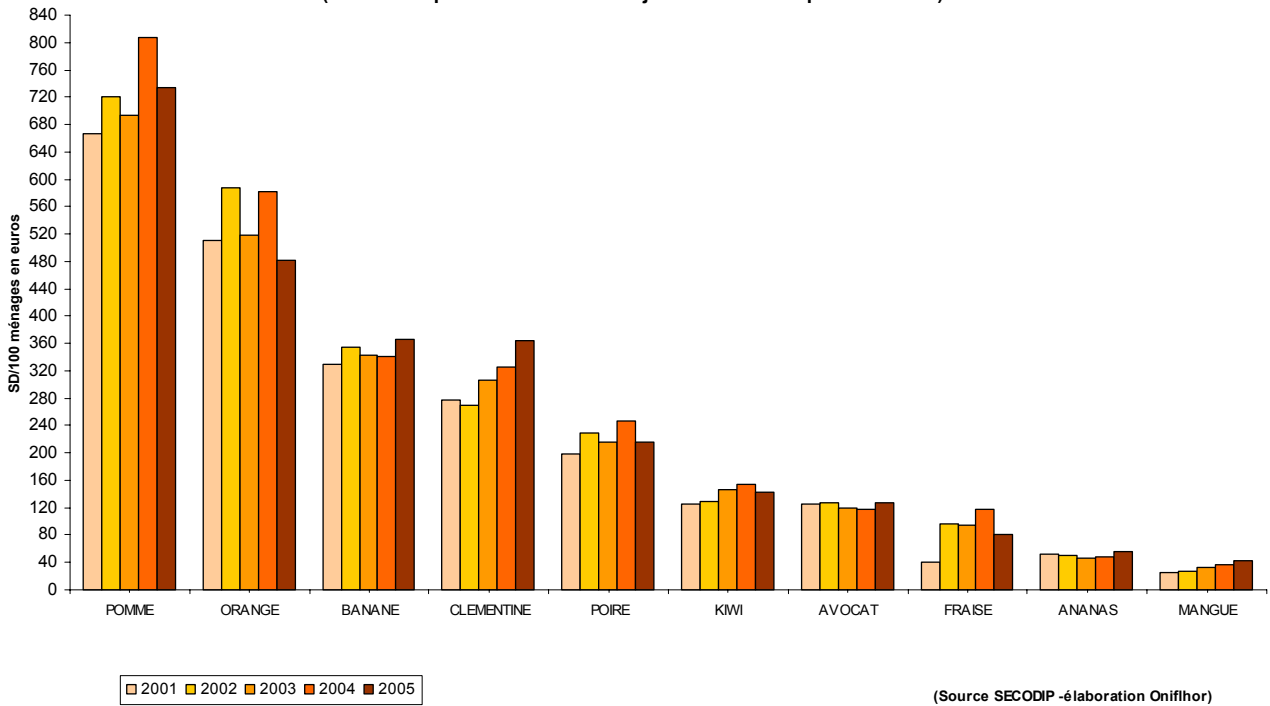
Pomme : Une demande un peu plus active de mi-février à mi-mars mais toujours inférieure à 2004 et à la moyenne 01/03

Tomate : Forte hausse des prix à partir de la mi-janvier à la fin février, quant aux volumes ils reculent sensiblement : cette baisse résulte du retard de la production suite au froid qui a touché la France mais également l'Espagne et le Maroc.

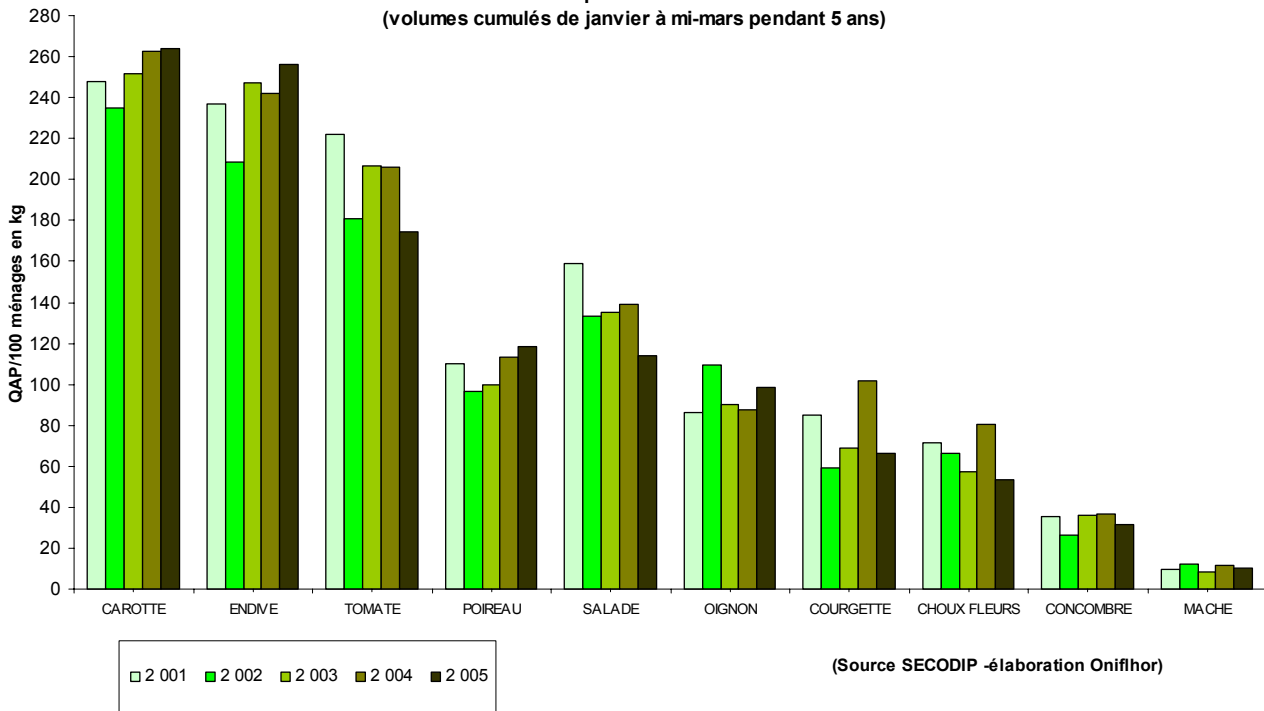
**Evolution des quantités achetées par les ménages dans leurs achats de fruits
(volumes cumulés de janvier à mi-mars pendant 5 ans)**



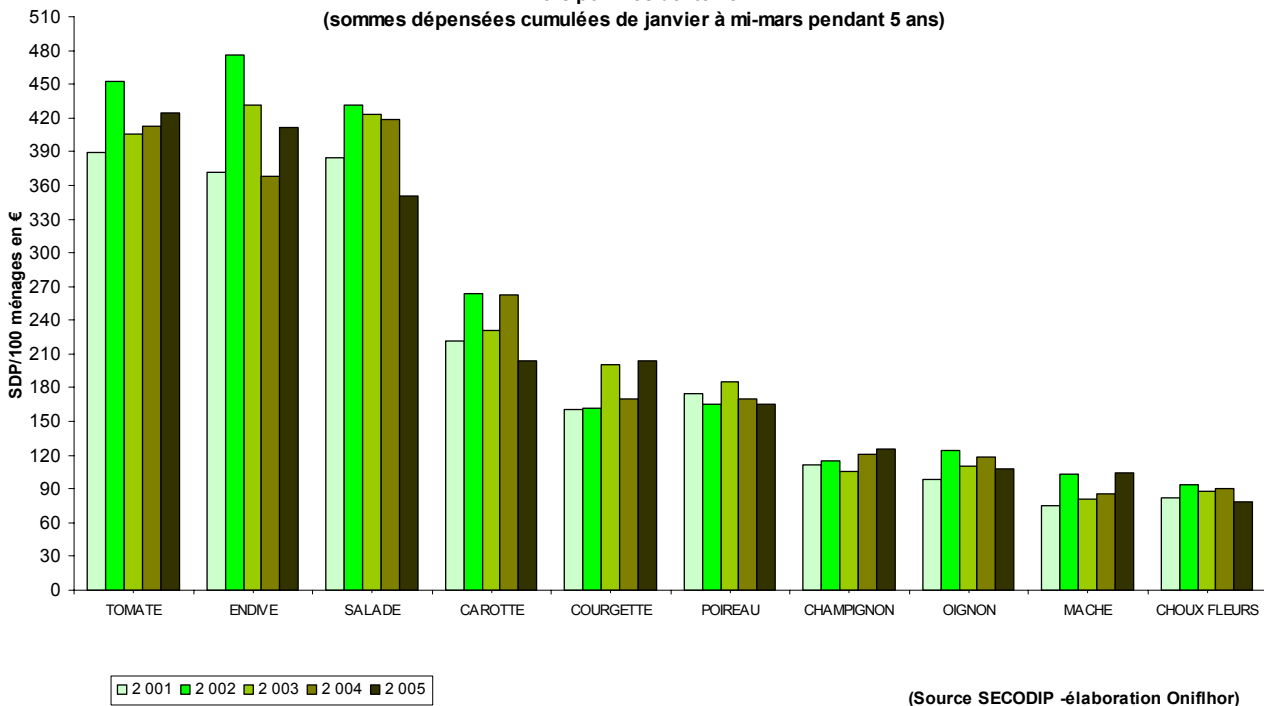
**Evolution des sommes dépensées par les ménages dans leurs achats de fruits
(sommes dépensées cumulées de janvier à mi-mars pendant 5 ans)**



**Evolution des quantités achetées par les ménages dans leurs achats des principaux légumes
hors pomme de terre
(volumes cumulés de janvier à mi-mars pendant 5 ans)**



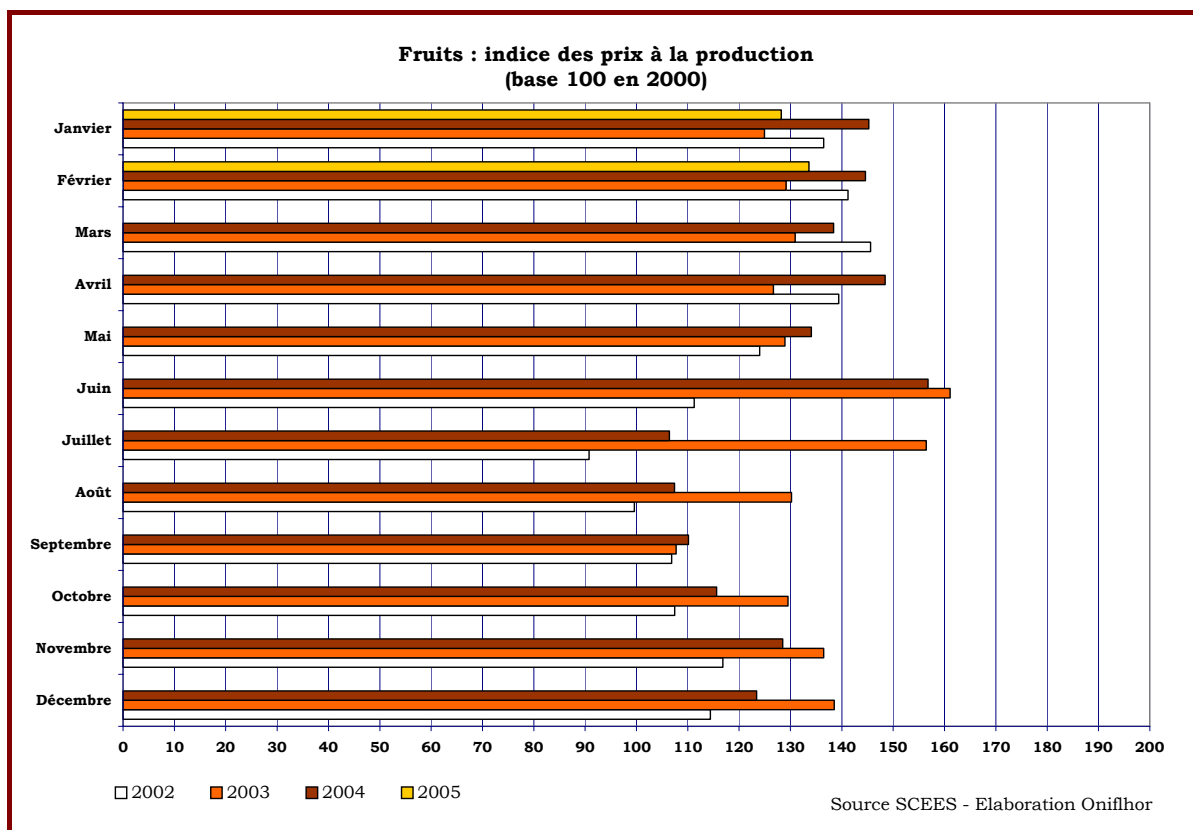
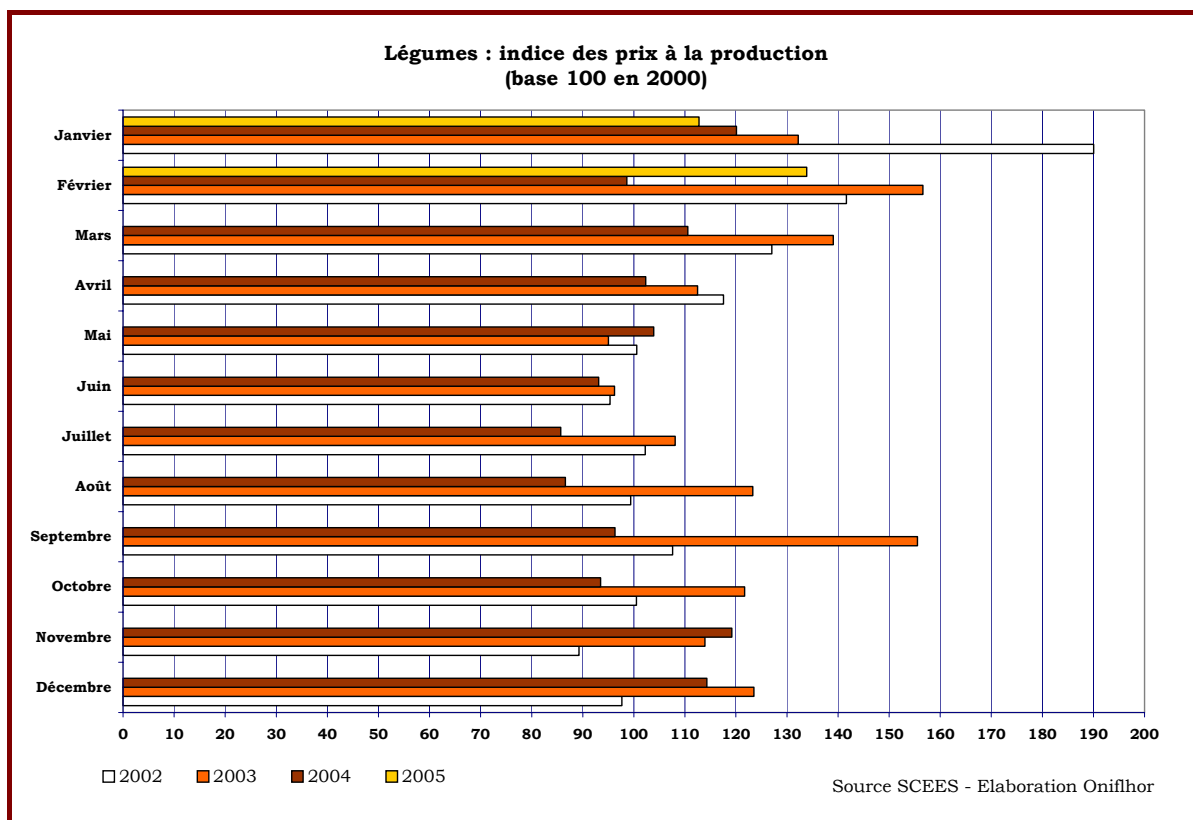
**Evolution des sommes dépensées par les ménages dans leurs achats des principaux légumes
hors pommes de terre
(sommes dépensées cumulées de janvier à mi-mars pendant 5 ans)**



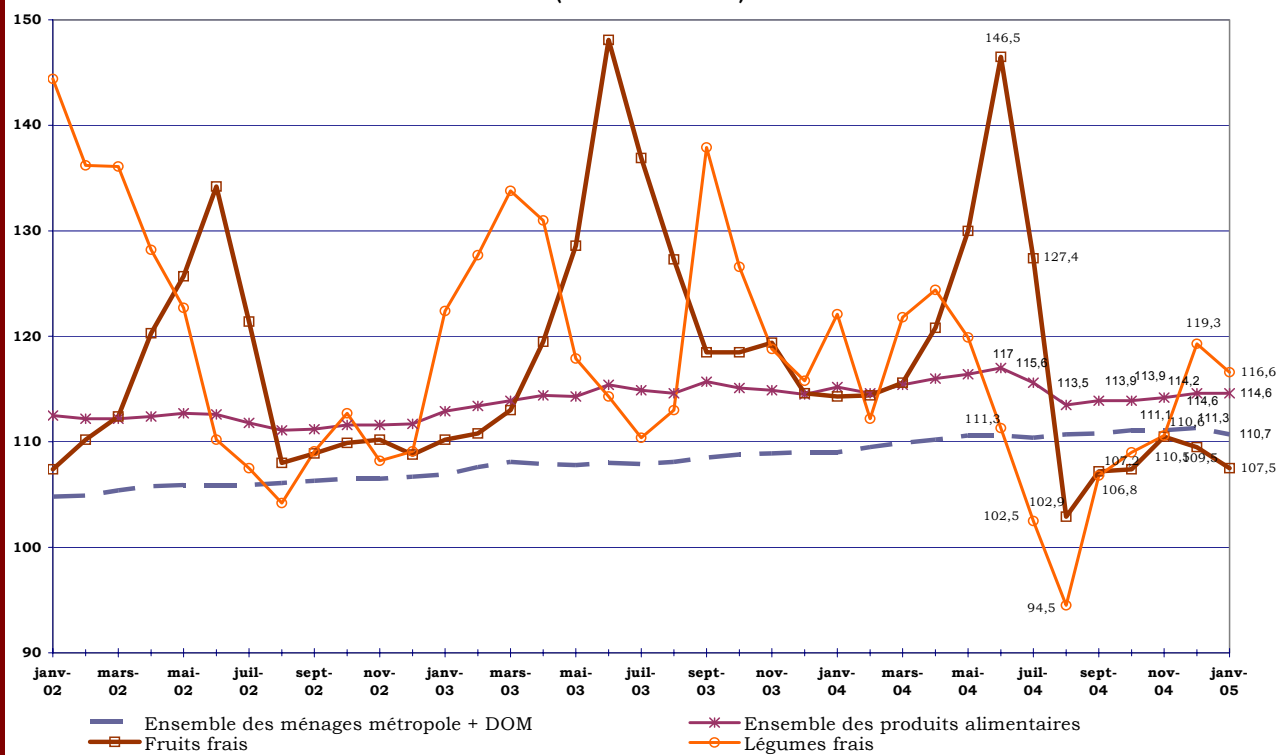
Commerce extérieur

En raison de problèmes techniques, nous ne sommes pas en mesure de publier les informations relatives au commerce extérieur de ces produits pour le mois de janvier 2005. Ces données vous seront donc communiquées avec celles du mois de février 2005 dans la Note Economique du mois prochain.

Informations et indicateurs économiques transversaux



Indice des prix à la consommation
(base 100 en 1998)



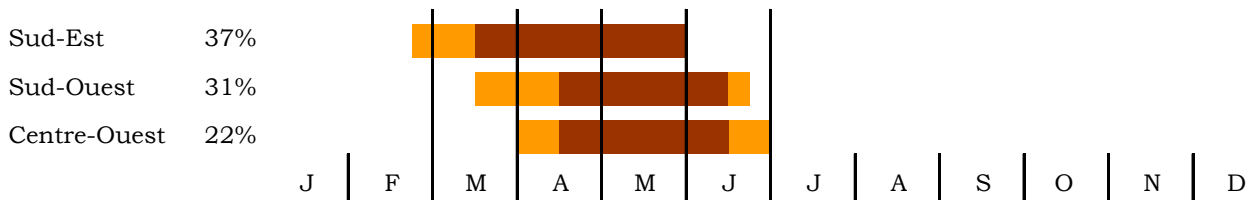
Source INSEE - Elaboration Oniffhor

Asperge

(Campagne française mars - juin 2005)

1. PRODUCTION

Calendrier de production par région



Source : CTIFL, SAA provisoire 2004

Estimation des surfaces 2005

(en ha)

	France
2005	6 680
Evolution 2005/2004	-3%

Données avril 2004

Estimation de la production 2005

(en t)

	France	
	Total	Transf.
2005	20 375	255
Evolution 2005/2004	5%	-69%

Source : SCEES

2. COMMERCIALISATION (période du 21 mars au 15 avril 2005)

Dans un contexte de production tardive cette année, l'asperge connaît un début de campagne de commercialisation difficile pour des quantités vendues qui pourraient être en baisse de près de 20% cette année en raison du retard déjà accumulé. Les disponibilités nationales sont pour l'instant de l'ordre de 200 à 250 t/j et résultent encore principalement de stocks importants qui sont reportés de jours en jours.

La semaine 14 (4 au 8/04) est ainsi décevante dans la mesure où l'asperge tarde encore à rentrer en consommation face à une offre qui monte peu à peu en puissance dans le Sud. Comme lors des semaines précédentes, l'écoulement du produit qui en résulte est de fait assez insuffisant et les prix, bien que partis de haut, sont rapidement orientés à la baisse.

La situation est pratiquement sans évolution en semaine 15 (11 au 15/04). Tous circuits confondus, il semble y avoir un manque d'intérêt évident de la distribution pour l'asperge française, comme pour les autres origines européennes (peu ou pas d'intérêt du consommateur qui s'expliquerait par le retard du lancement de la campagne commerciale lors du week-end de Pâques).

De manière générale, les opérations avec la distribution française sont encore insuffisantes, même si des actions sont prévues pour la semaine 16 (18 au 22/04). La campagne peine aussi à se lancer hors hexagone, notamment sur la Suisse (notre principale destination extérieure) vers laquelle les engagements restent très insuffisants pour les opérateurs français.

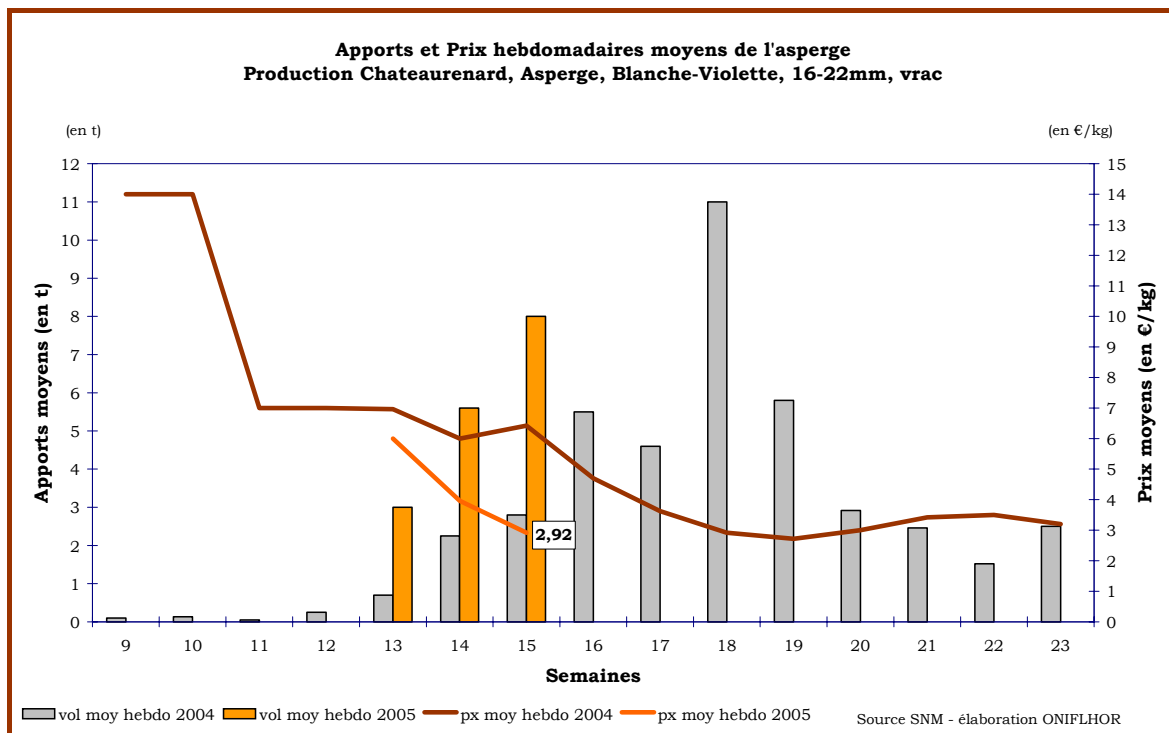
Les prix sont donc en baisse sur tous les segments du marché et entraînent une situation difficile pour les producteurs qui n'ont pas encore vendu beaucoup de marchandise (peu ventes alors que les prix étaient élevés, peu de ventes alors que les prix sont devenus plus moyens).

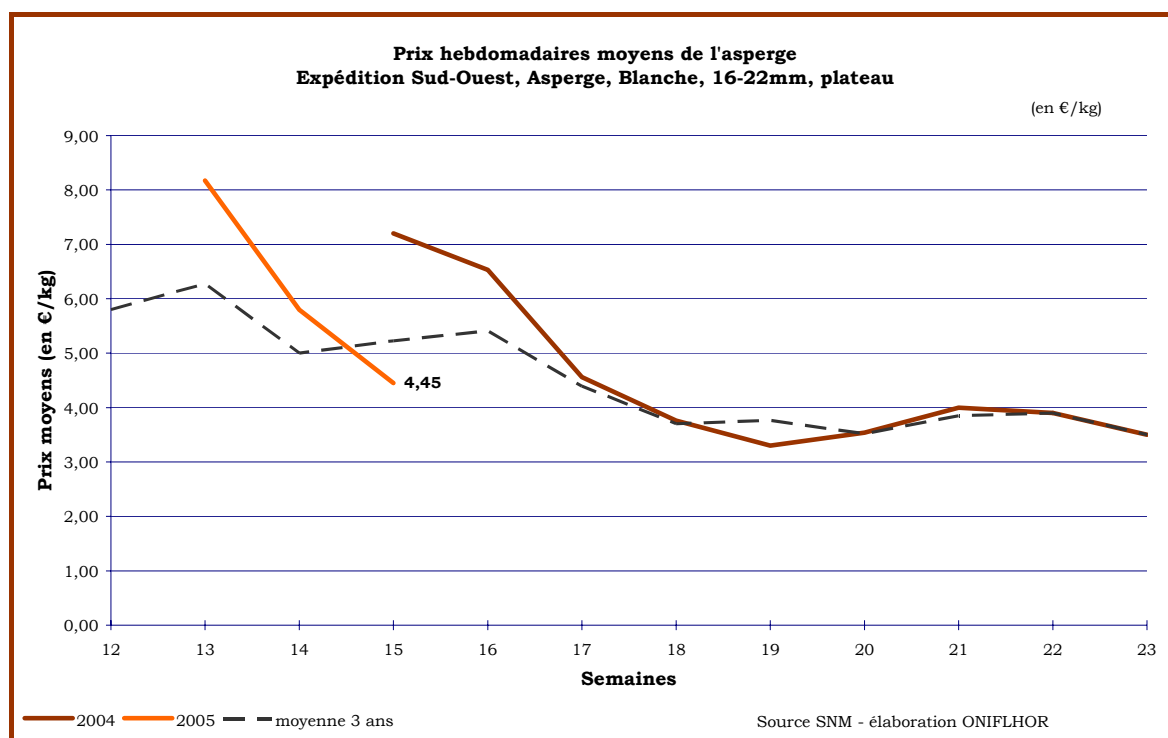
Au niveau européen, la concurrence grecque commence à s'exercer sur l'Allemagne, tandis que l'Espagne est aussi assez présente en ce moment avec des volumes qui progressent sur le marché de St Charles. Pourtant, l'offre européenne n'est pas démesurée (600 t/j environ) et il n'y a normalement pas de raison pour que l'on ne puisse pas écouler des volumes plus conséquents.

3. PRIX MOYENS

	S12	S13	S14	S15
Prix moyens Production <i>Chateaubrenard</i> blanche-violette, 16-22 mm, vrac	n.d.	6,00 €/kg	3,96 €/kg	2,92 €/kg
Prix moyens Expédition <i>Sud-Ouest</i> blanche, 16-22mm, plateau	n.d.	8,17 €/kg	5,80 €/kg	4,45 €/kg
<i>Sud-Est</i> violette-verte, 16-22mm, plateau 5kg	n.d.	5,30 €/kg	4,01 €/kg	3,31 €/kg
Prix de détail Asperge autre que verte 16-22 (le kg) Prix moyen de la semaine Taux de présence en GMS	10,14 €/kg 10%	10,07 €/kg 9%	9,27 €/kg 16%	7,45 €/kg 27%
Asperge verte 12-16 (le kg) Prix moyen de la semaine Taux de présence en GMS	9,02 €/kg 13%	8,73 €/kg 22%	6,50 €/kg 35%	6,50 €/kg 35%

Source : SNM





4. CONSOMMATION

Les quantités relevées par le panel SECODIP durant le mois de mars 2005 ne sont pas significatives, ni représentatives et ne peuvent, en conséquence, donner lieu à une diffusion.

5. ECHANGES EXTERIEURS

En raison de problèmes techniques, nous ne sommes pas en mesure de publier les informations relatives au commerce extérieur de ce produit pour le mois de janvier 2005. Ces données vous seront donc communiquées avec celles du mois de février 2005 dans la Note Economique du mois prochain.

Chou-fleur

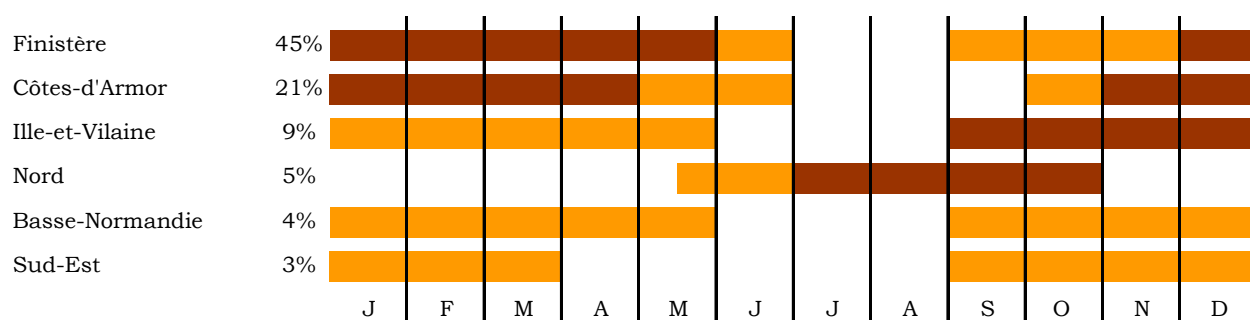
(Campagne française automne : septembre - décembre 2004)

(Campagne française hiver - printemps : déc. 2004 - juin 2005)

(Campagne française été : juillet - août 2005)

1. PRODUCTION

Calendrier de production de chou-fleur par région



Source : CTIFL, SAA provisoire 2004

Evolution des surfaces par rapport à 2003/04 et par rapport à la moyenne quinquennale

(en ha)

	France	
	Hiver	Total
2004/05	15 194	26 083
2003/04	14 930	25 738
Variation	2%	1%
moyenne 5 ans		28 280
04-05 / moy. 5 ans		-8%

Données mars 2005

Evolution des productions par rapport à 2003/04 et par rapport à la moyenne quinquennale

(en t)

	France
	2004/05
2003/04	424 008
Variation	1%
moyenne 5 ans	403 457
04-05 / moy. 5 ans	6%

Source : SCEES

2. COMMERCIALISATION (Période du 21 mars au 15 avril 2005)

En raison du retour de l'Italie (sur le marché allemand) ou des productions du Sud-Est (au niveau national), l'offre bretonne n'est désormais plus incontournable sur le marché. Elle bénéficie toutefois d'une bonne relance d'une demande export (Allemagne, Belgique, Pays-Bas, Royaume-Uni, Hongrie) favorisée par des niveaux de prix devenus très attractifs. Les prélèvements de la transformation sont aussi importants et permettent une bonne gestion du marché.

Après une grosse correction des cours en semaine 12 (21 au 25/03) et un début de semaine 13 (29/03 au 1/04) chargé par un pourcentage important de gros calibres du fait du férié de Pâques (radoucissement des températures), les quantités de chou-fleur disponibles sont en régression sur l'ensemble de la semaine à partir du mercredi. Après avoir été discutés, les prix sont donc plus soutenus à l'approche du week-end. Ils restent toutefois encore peu élevés au niveau de la production.

Avec 6 100 000 têtes en Bretagne, le marché redémarre en semaine 14 (4 au 8/04) sur un volume d'apports toujours conséquent, en provenance d'origines aussi plus variées. De fait, la demande nationale s'en trouve plus sollicitée par les différentes offres régionales. La fluidité du marché est encore toutefois préservée par une demande externe toujours intéressée. Les engagements sont nombreux et les programmes d'achat permettent facilement de maintenir les prix. De même, la surgélation est encore présente sur le marché pour des volumes non négligeables qui permettent d'alléger le marché.

De nouveau, les prix sont donc orientés à la hausse et retrouvent des niveaux relativement corrects pour un mois d'avril et par rapport à leur moyenne des cinq dernières campagnes.

Malgré une offre plus réduite en semaine 15 (11 au 15/04), la demande se fait plus calme en début de semaine dans la mesure où les stocks de produits sont encore importants au retour de week-end. Les besoins se font relativement modérés sur le marché français comme sur les marchés extérieurs (demande particulièrement moyenne sur l'Allemagne).

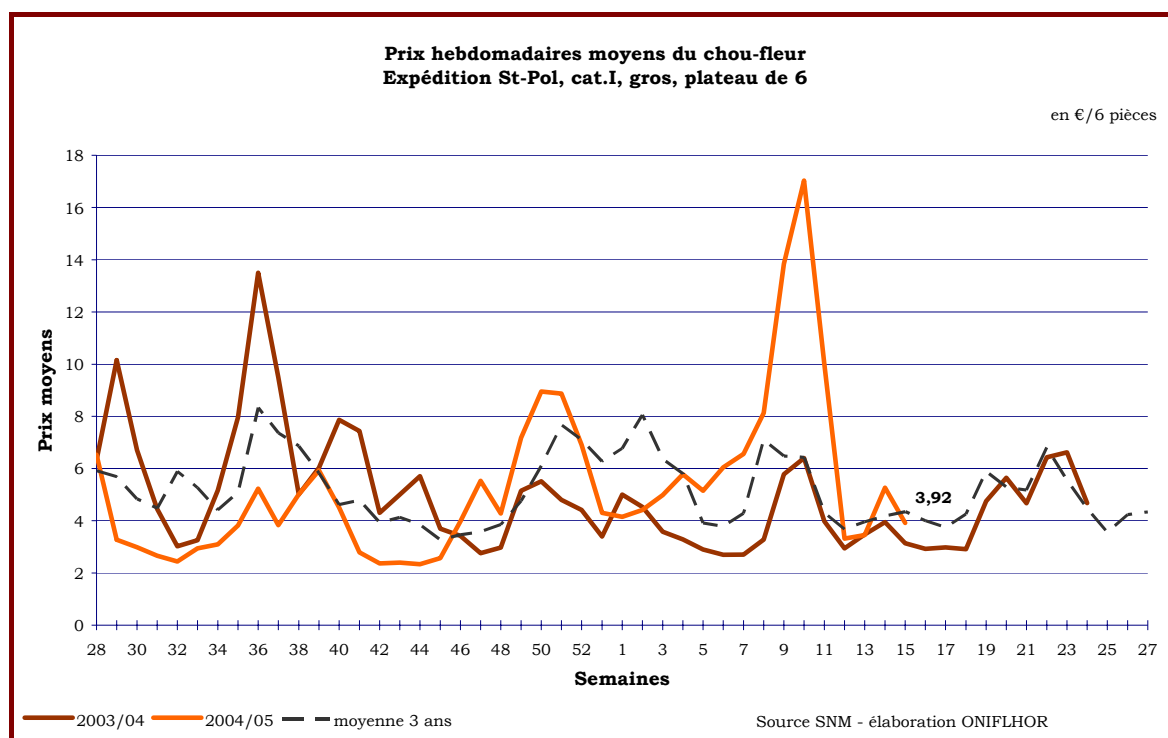
Aux premiers stades de la mise en marché, les cours sont orientés en baisse variable, tandis qu'ils s'ajustent en conséquence vers l'aval de la filière. Comme lors des semaines précédentes, la situation des prix ravive l'intérêt pour le produit et les prélèvements de la transformation, ce qui permet de terminer la semaine dans une ambiance correcte.

D'une manière générale, les acheteurs sont tout de même de moins en moins intéressés par le produit comme par tous les légumes d'hiver qui arrivent en fin de campagne. Concernant le chou-fleur, il n'y a cependant pas de retard de commercialisation cumulé du produit. Sur la Bretagne, il resterait encore environ 30 millions de têtes à commercialiser jusqu'à la fin mai, ce qui laisserait au marché quelques 5 millions de têtes par semaine qui pourraient être absorbées sans trop de difficultés au cours des prochaines semaines.

3. PRIX MOYENS

	S12	S13	S14	S15
Prix moyens Expédition <i>St Pol</i> cat. I, gros, plateau de 6	3,32 €/6p	3,45 €/6p	5,27 €/6p	3,92 €/6p
Prix de détail Chou-fleur (la pièce) Prix moyen de la semaine Taux de présence en GMS	2,27 €/p 97%	1,51 €/p 97%	1,57 €/p 99%	1,75 €/p 100%

Source : SNM



4. CONSOMMATION (Données disponibles du 27 déc. au 20 mars 2005.)

Afin d'améliorer la fiabilité des résultats, le panel consoscan TNS SECODIP évolue en 2005. La méthode de relevé des achats change (utilisation d'un palm pilote au lieu d'une scanette) et la taille de l'échantillon passe de 3 000 à 4 500 panélistes. Ces changements ont un impact sur les résultats et peuvent entraîner un réajustement des données antérieures qui ont été retraitées par TNS SECODIP.

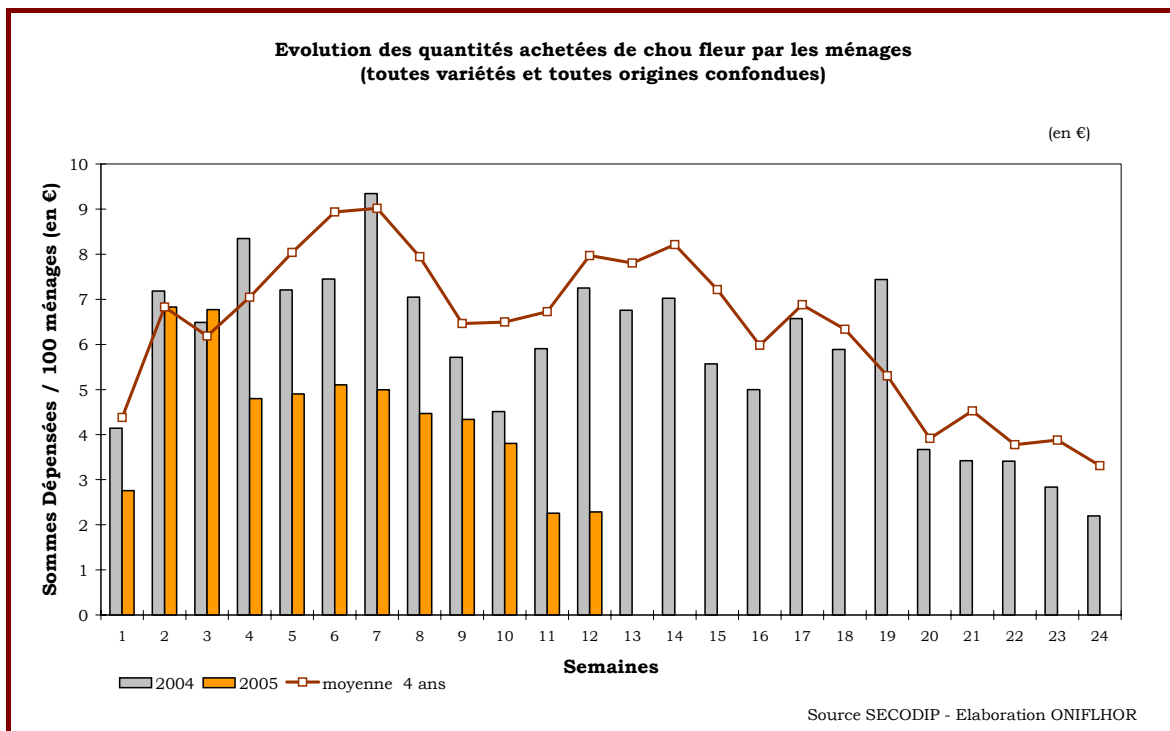
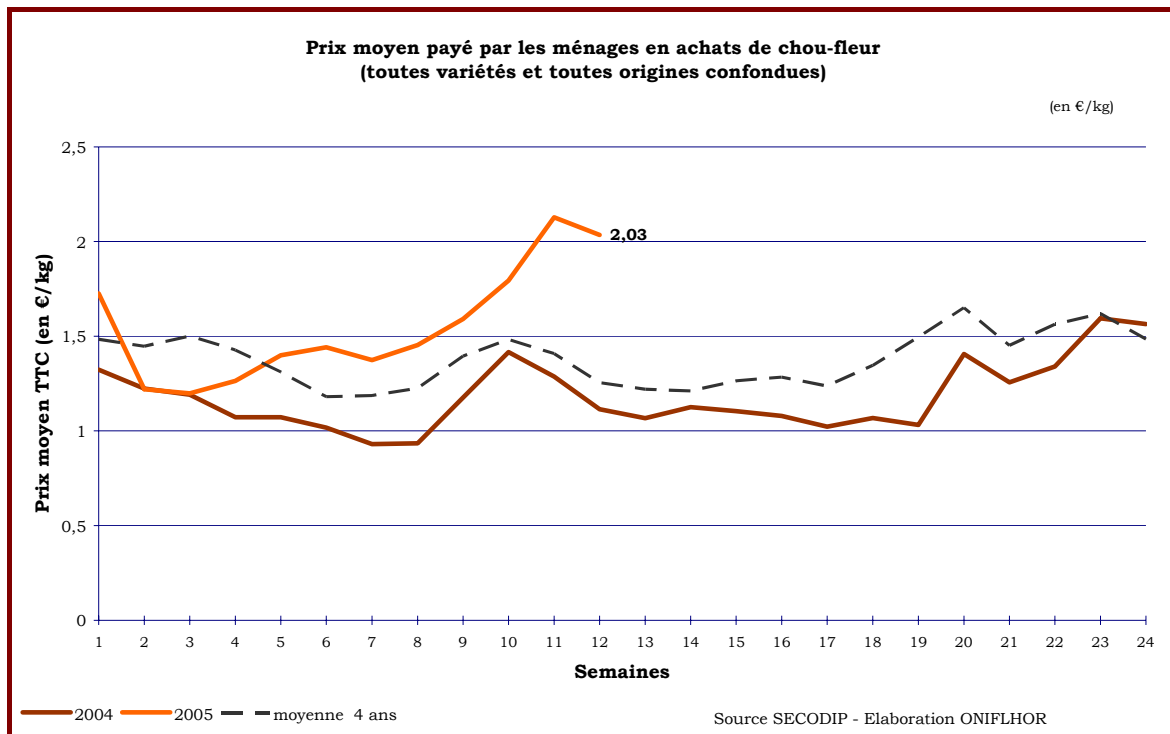
Après avoir connue une bonne année 2004, le chou-fleur voit à nouveau ses achats régresser de 33,8 % entre le 26 décembre 2004 et le 20 mars 2005, par rapport à ceux de la même période en 2004/2005 et de 22,5 % à ceux de la moyenne quadriennale. C'est le niveau le plus faible depuis 2001. Mais le chou-fleur a, comme beaucoup d'autres légumes hivernaux, été touché par le déficit de l'offre suite à la vague froid.

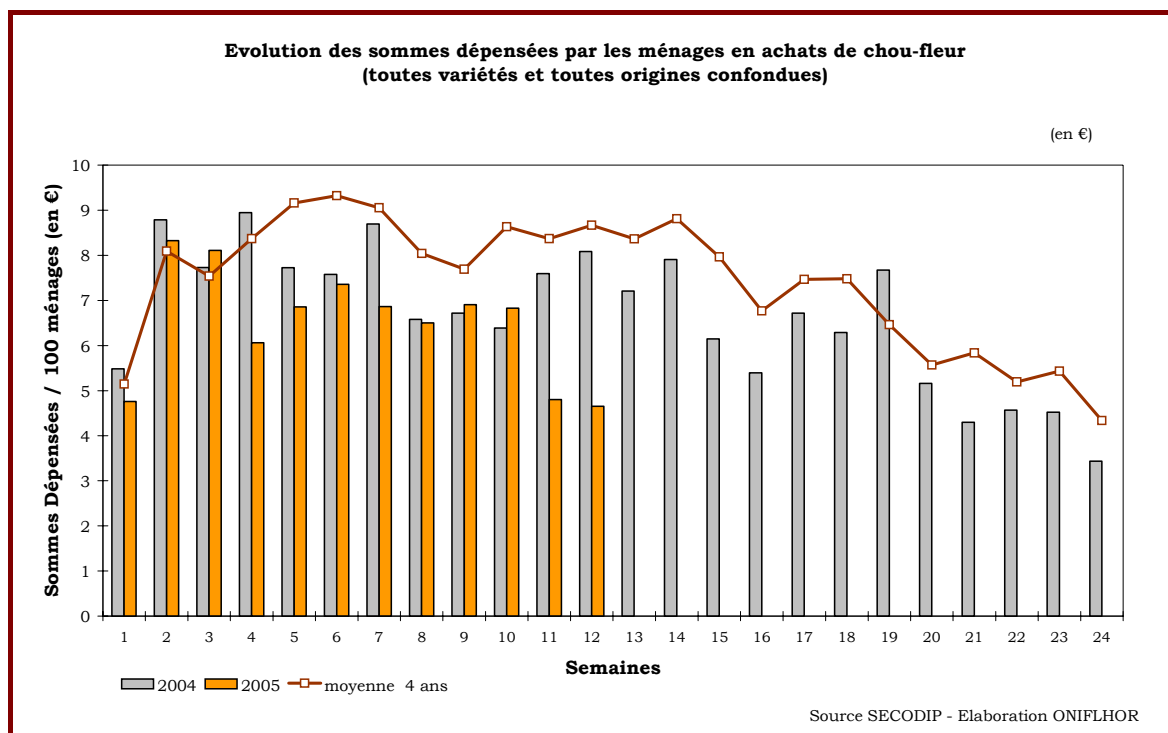
Ce phénomène de baisse serait imputable à une demande des ménages peu active car on enregistre un recul important du nombre de ménages acheteurs sur toutes les périodes mais principalement de mi-février à mi-mars (-6,5 points ce qui représente une perte de 1 408 000 ménages). Un retrait qui pourrait être lié aux forts niveaux de prix.

En effet, depuis le début de l'année 2005, les prix moyens cumulés hebdomadaires de fin décembre à mi-mars, au stade de détail, sont en progression (+35%) par rapport à 2004 et (+14%) par rapport à la moyenne 01-04. Et cette hausse s'accroît davantage (autour de 50 %) à partir de mi février (quand la demande est plus faible).

Au final, la hausse des prix n'a pas compensé la baisse des volumes, car les sommes dépensées par les ménages ont diminué de 13,6 % par rapport à la même période l'an passé et de 11,6 % comparé à la moyenne 01-04.

(La semaine 53 équivaut à la 1^{ère} semaine de la 1^{ère} période de SECODIP)





**Nombre de foyers acheteurs* de chou-fleur en %
(toutes variétés et toutes origines confondues)**

	2001	2002	2003	2004	2005	moyenne 01/04
1^{ème} Période (du 27 décembre au 23 janvier - Sem 53 à 3)	15,4	7,1	12,7	16,9	13,8	13,0
2^{ème} Période (du 24 janvier au 20 février - Sem 4 à 7)	18,0	18,5	12,1	19,4	13,0	17,0
3^{ème} Période (du 21 février au 20 mars - Sem 8 à 11)	12,6	16,6	13,3	14,7	8,7	14,3

* nombre de foyers dans le panel SECODIP qui ont acheté au moins 1 fois le produit dans la période considérée

5. ECHANGES EXTERIEURS

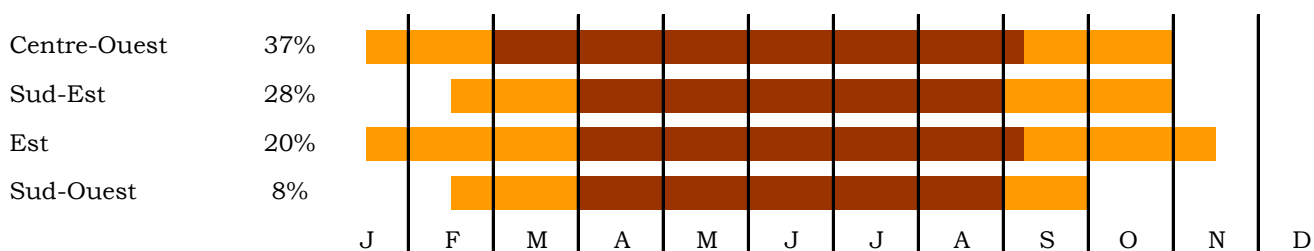
En raison de problèmes techniques, nous ne sommes pas en mesure de publier les informations relatives au commerce extérieur de ce produit pour le mois de janvier 2005. Ces données vous seront donc communiquées avec celles du mois de février 2005 dans la Note Economique du mois prochain.

Concombre

(Campagne française mars - septembre 2005)

1. PRODUCTION

Calendrier de la production de concombre par région



Source : CTIFL, SAA provisoire 2004

Evolution des surfaces par rapport à 2004 et par rapport à la moyenne quinquennale

(en ha)

	France
2005	523
2004	518
2005 / 2004	1%
moyenne 5 ans	556
2005 / moy. 5 ans	-6%

Données mars 2005

Source : SCEES

Evolution des productions par rapport à 2004 et par rapport à la moyenne quinquennale

(en t)

	France
2005	127 773
2004	125 988
2005 / 2004	1%
moyenne 5 ans	126 017
2005 / moy. 5 ans	1%

Source : SCEES

2. COMMERCIALISATION (Période du 21 mars au 15 avril 2005)

Alors que l'offre de concombre commence désormais à progresser de manière plus importante sur le marché européen, les cours du concombre connaissent une nouvelle vague de baisse qui touche les différentes régions de production.

Malgré une production qui devrait être globalement déficitaire cette année en France, l'offre nationale augmente aussi de jour en jour avec une orientation plus franche des cours à la baisse. Le marché s'ajuste peu à peu, mais reste toutefois relativement actif dans la mesure où la baisse des prix encore, stimule une demande qui semble jouer un peu plus le jeu de la préférence nationale.

Compte tenu de la présence plus ou moins modérée de la demande en semaine 14 (4 au 8/04), le commerce est actif en 400-500 g, mais par contre beaucoup plus calme en 500-600 g avec des cours qui s'orientent à la baisse sous la pression grandissante de la concurrence du Benelux et des différentes offres nationales. Le marché reste toutefois relativement fluide grâce à la remise à jour des commandes en fin de semaine avec des cours qui se fixent dans des fourchettes encore globalement acceptables pour les opérateurs.

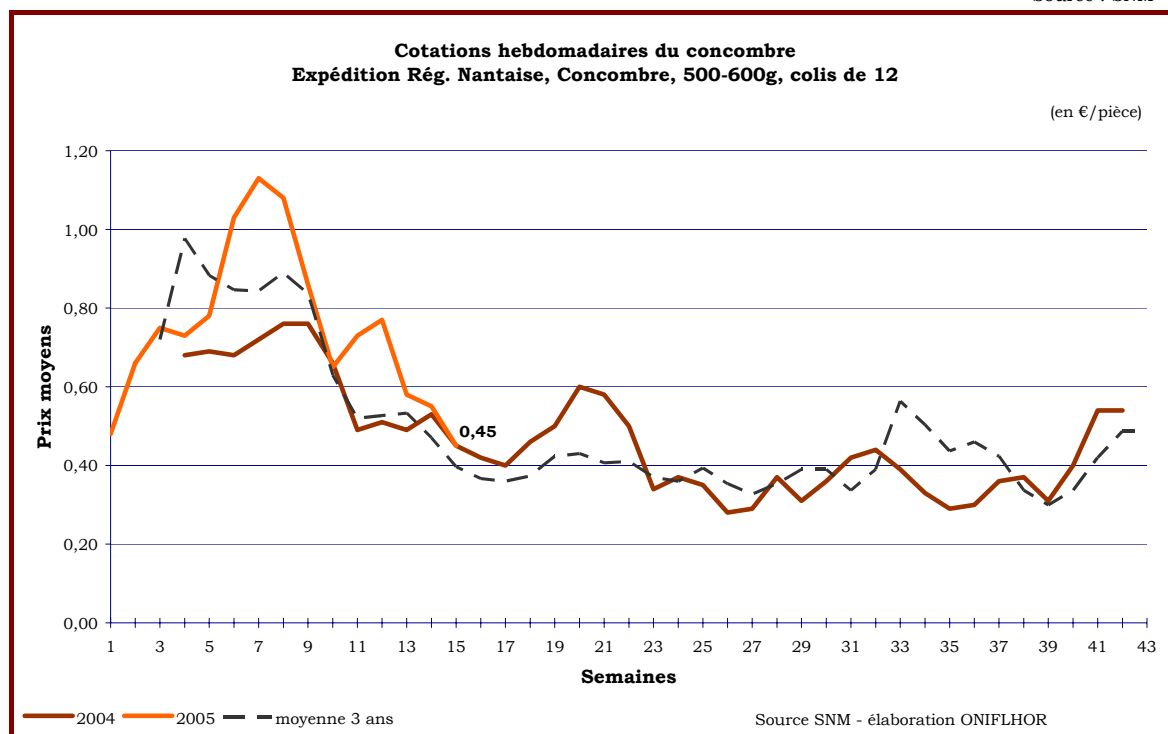
En semaine 15 (11 au 15/04), la demande peine toujours à s'affirmer face à une offre qui commence à entrer peu à peu en pleine production. Le marché est calme, mais toujours fluide sans resserre alarmante grâce à quelques opérations de promotions locales. Le produit s'écoule sans excès du fait d'une concurrence interrégionale qui rend parfois les transactions délicates.

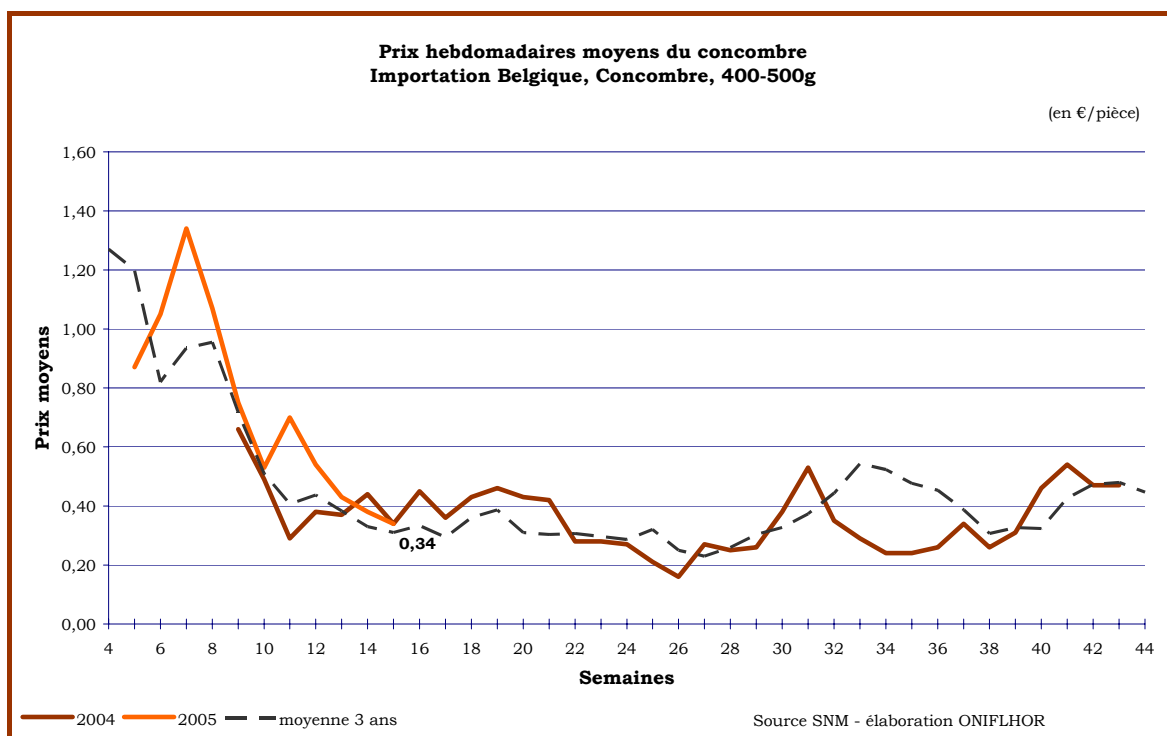
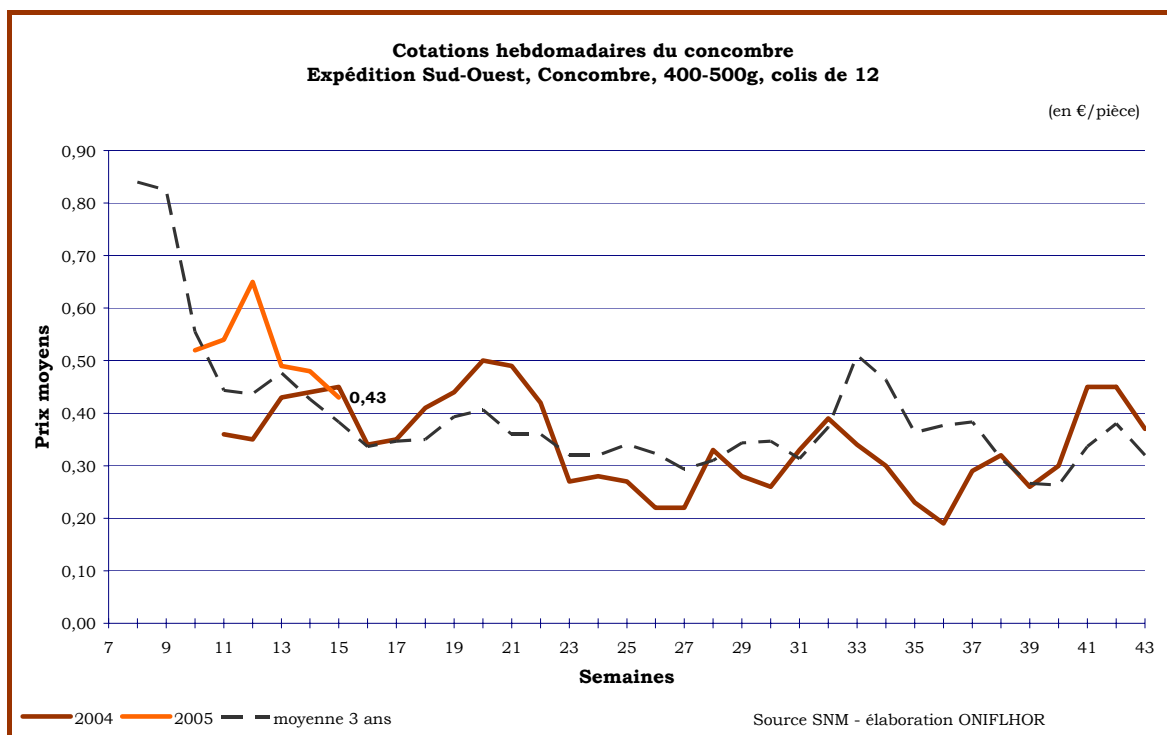
En dépit d'un niveau des prix globalement orienté à la baisse, la semaine se termine dans une ambiance encore satisfaisante. Pour les semaines à venir, les producteurs estiment toutefois qu'il faudra rapidement réveiller l'intérêt du consommateur pour ne pas voir réapparaître les difficultés de la campagne précédente.

3. PRIX MOYENS

	S12	S13	S14	S15
Prix moyens Expédition <i>Région Nantaise</i> 400-500g colis de 12 500-600g colis de 12	0,70 €/p 0,77 €/p	0,52 €/p 0,58 €/p	0,48 €/p 0,55 €/p	0,42 €/p 0,45 €/p
Prix moyens Expédition <i>Roussillon</i> 400-500g colis de 12 500-600g colis de 12	0,65 €/p n.d.	0,49 €/p 0,53 €/p	0,48 €/p 0,53 €/p	0,43 €/p 0,47 €/p
Prix moyens Importation <i>Belgique</i> 400-500g	0,54 €/p	0,43 €/p	0,38 €/p	0,34 €/p
Prix de détail Concombre (la pièce) Prix moyen de la semaine Taux de présence en GMS	1,25 €/p 97%	1,12 €/p 100%	0,94 €/p 100%	0,89 €/p 99%

Source : SNM





4. CONSOMMATION (Données disponibles du 27 déc. au 20 mars 2005)

Afin d'améliorer la fiabilité des résultats, le panel consoscan TNS SECODIP évolue en 2005. La méthode de relevé des achats change (utilisation d'un palm pilote au lieu d'une scanette) et la taille de l'échantillon passe de 3 000 à 4 500 panélistes. Ces changements ont un impact sur les résultats et peuvent entraîner un réajustement des données antérieures qui ont été retraitées par TNS SECODIP

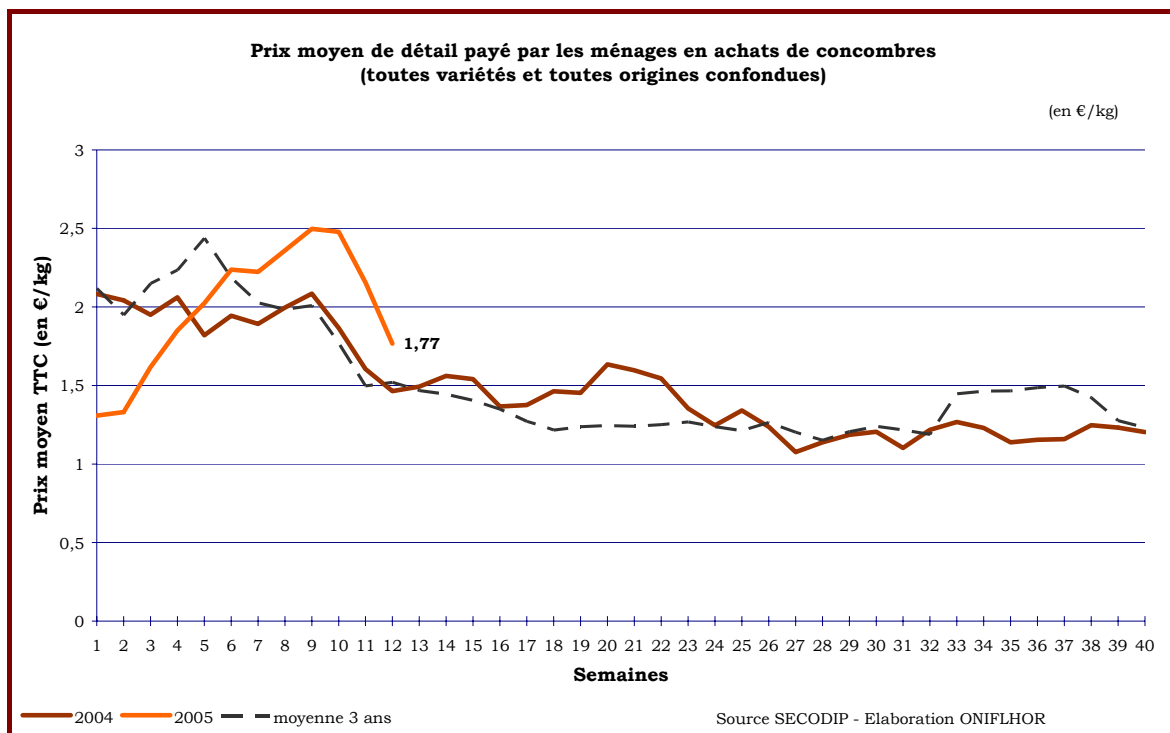
Les quantités globales de concombre achetées par les ménages au cours des 2,5 premiers mois de l'année 2005 affichent une évolution négative de 14 % par rapport à la même période l'an passé et de 3,2 % comparées à la moyenne 99-03.

Cette baisse des achats ne s'observe qu'à partir de mi-février à mi-mars : période de vague de froid ayant entraîné des retards dans la production.

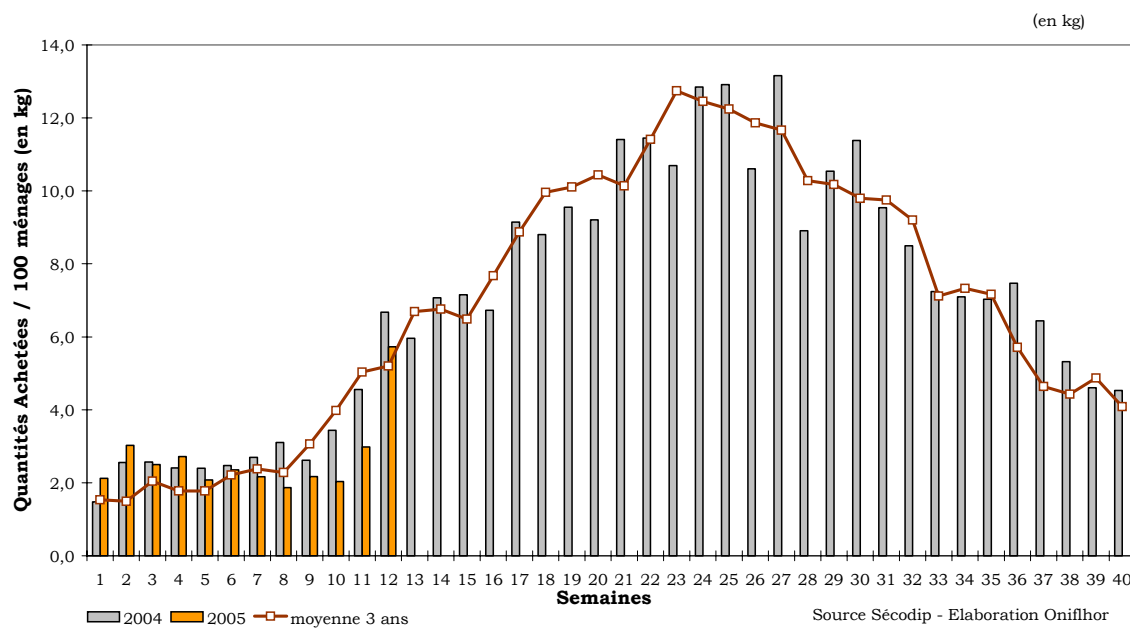
De janvier à début février 2005 le prix moyen hebdomadaire au stade de détail se situe en dessous des prix 2004 et de la moyenne 01/03 mais il augmente fortement pour se situer au dessus des valeurs de 2004 et de la moyenne à partir du 7 février jusqu'à mi-mars période où la demande est faible.

Dans ce contexte plutôt défavorable, les ménages ont consacré moins de dépenses (- 8,9 %) dans leurs achats de concombre sur cette période 2005 par rapport à celles de 2004. Mais comparées à la moyenne 01/03, elles restent supérieures (+ 4%).

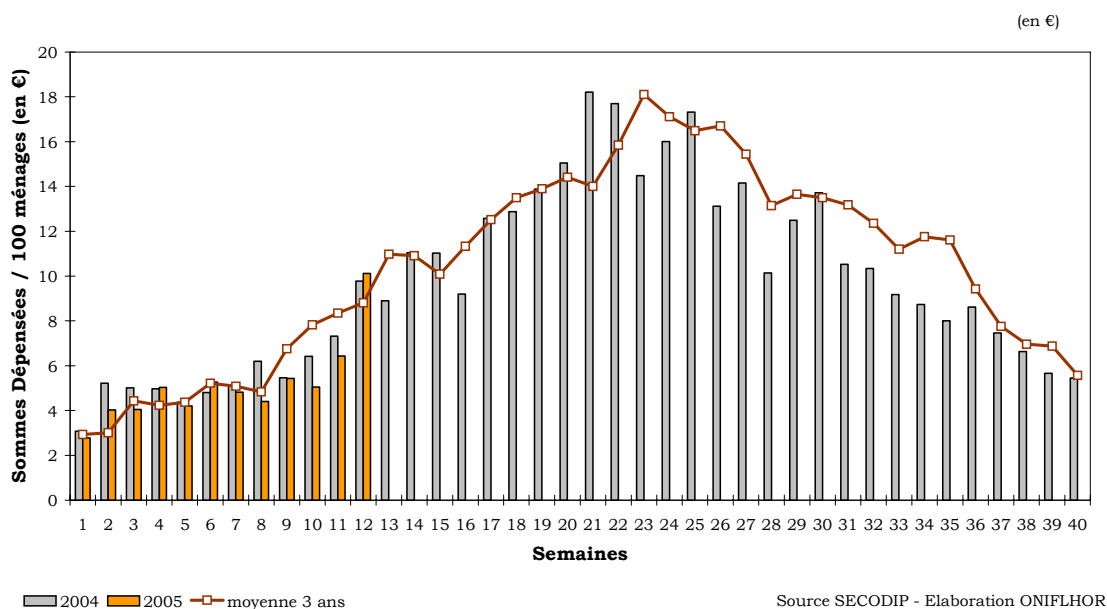
(La semaine 53 équivaut à la 1^{ère} semaine de la 1^{ère} période de SECODIP)



**Evolution des quantités de concombres achetées par les ménages du panel
(toutes variétés et toutes origines confondues)**



**Evolution des sommes dépensées par les ménages en achats de concombres
(toutes variétés et toutes origines confondues)**



Nombre de foyers acheteurs* de concombres dans le panel, en % (toutes variétés et toutes origines confondues)						
	2001	2002	2003	2004	2005	moyenne 00/04
1ère période (du 27 décembre au 20 janvier - Sem 53 à 3)	8,7	4,3	8,9	9,6	11,2	7,9
2ème période (du 24 janvier au 20 février - Sem 4 à 7)	11,7	7,1	9,1	11,3	8,9	9,8
3ème Période (du 21 février au 20 mars - Sem 8 à 11)	15,7	15,8	16,5	16,8	13,4	16,2

* nombre de foyers dans le panel SECODIP qui ont acheté au moins 1 fois le produit dans la période considérée

5. ECHANGES EXTERIEURS

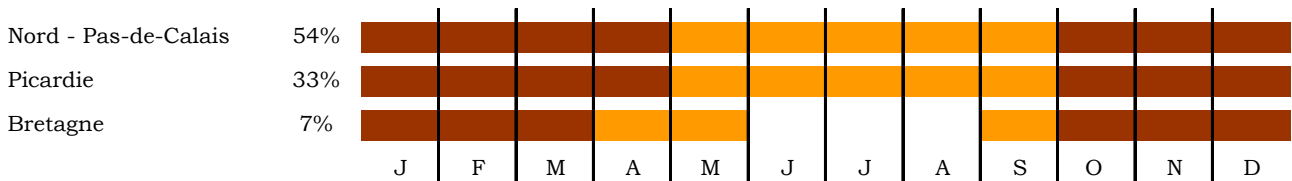
En raison de problèmes techniques, nous ne sommes pas en mesure de publier les informations relatives au commerce extérieur de ce produit pour le mois de janvier 2005. Ces données vous seront donc communiquées avec celles du mois de février 2005 dans la Note Economique du mois prochain.

Endive

(Campagne française septembre 2004 - août 2005)

1. PRODUCTION

Calendrier de production d'endive (chicon) par région



Source : CTIFL, SAA provisoire 2004

Evolution des surfaces par rapport à 2003/04 et par rapport à la moyenne quinquennale

(en ha)

	France
2004/05	15 265
2003/04	15 583
Variation	-2,0%
moyenne 5 ans	15 568
2004/05 / moy. 5 ans	-1,9%

Données avril 2005

Evolution des productions par rapport à 2003/04 et par rapport à la moyenne quinquennale

(en t)

	France
2004/05	258 877
2003/04	245 380
Variation	5,5%
moyenne 5 ans	252 017
2004/05 / moy. 5 ans	2,7%

Source : SCEES

La production française avoisine les 240-250 000 t d'endives depuis le début des années 2000. Le Nord-Pas-de-Calais reste la première région de production suivie par la Picardie. La production reste très saisonnière, mais tend à se linéariser d'octobre à mars, tandis que la production estivale progresse lentement.

2. COMMERCIALISATION (Période du 21 mars au 15 avril 2005)

Alors que les plus gros mois de production semblaient être passés, la commercialisation de l'endive traverse actuellement une période particulièrement difficile qui se traduit par une chute importante des cours.

En raison de l'importance de la taille des racines de la campagne, l'offre est encore bien présente (il y aurait encore environ 30 000 t à écouler sur les 2 prochains mois) pour cette période de la campagne qui constitue généralement une période de transition entre l'endive d'hiver et de printemps.

Ainsi, depuis la semaine 12 (21 au 25/03), la situation de ce marché connaît donc une nette dégradation qui peut être imputée à l'attentisme et à la prudence de la demande face à une offre régulièrement soutenue. De semaine en semaine, l'offre est régulièrement supérieure à une demande qui semble être déjà passée sur d'autres légumes de saison. Le marché est lourd. Les ventes sont décevantes et opportunistes.

Sur le marché, les cotations deviennent de plus en plus difficiles à établir. Les resserres de mauvaise qualité augmentent de jour en jour. A la production, comme à l'expédition, les prix à la production sont désormais devenus extrêmement faibles et très inférieurs à la moyenne des cinq dernières campagnes.

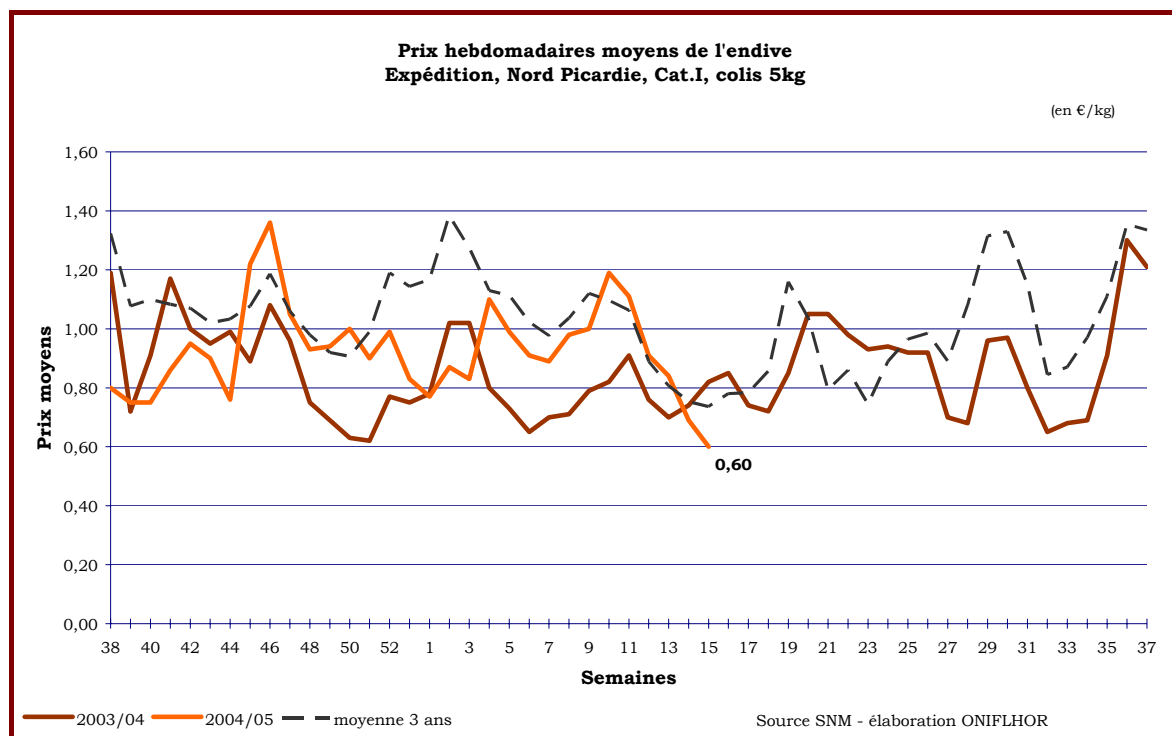
En semaine 15 (11 au 15/04), la situation est toujours mauvaise dans le Nord, comme en Bretagne. Le commerce connaît peu d'évolution dans un marché à la limite de la saturation. Les apports sont toujours relativement importants pour cette période de l'année (environ 1 200 t/j contre 700 t/j lors des campagnes précédentes) et l'écoulement reste laborieux.

A l'approche du week-end, la situation est un peu moins catastrophique sur certains segments du marché dans lesquels les opérateurs ont eu un peu moins de mal à commercer que les jours précédents. Toutefois, même si les prix sont légèrement plus faciles à maintenir à leurs faibles niveaux, l'ambiance est restée très morose chez les producteurs qui insistent sur la nécessité de conserver l'endive dans les rayons pendant les semaines à venir.

3. PRIX MOYENS

	S12	S13	S14	S15
Cotations Expédition				
<i>Nord Picardie</i>				
cat. I, colis de 5 kg	0,91€/kg	0,84€/kg	0,69€/kg	0,60€/kg
extra, colis de 5 kg	1,19€/kg	1,10€/kg	0,97€/kg	0,85€/kg
Prix de détail				
Endive sac 1 kg (le kg)				
Prix moyen de la semaine	1,87 €/kg	1,67 €/kg	1,46 €/kg	1,28 €/kg
Taux de présence en GMS	92%	92%	97%	95%
Endive vrac (le kg)				
Prix moyen de la semaine	2,22 €/kg	1,98 €/kg	1,81 €/kg	1,67 €/kg
Taux de présence en GMS	95%	95%	97%	93%

Source : SNM



4. CONSOMMATION (Données disponibles du 6 sept. au 20 mars 2005)

Afin d'améliorer la fiabilité des résultats, le panel consoscan TNS SECODIP évolue en 2005. La méthode de relevé des achats change (utilisation d'un palm pilote au lieu d'une scanette) et la taille de l'échantillon passe de 3 000 à 4 500 panélistes. Ces changements ont un impact sur les résultats et peuvent entraîner un réajustement des données antérieures qui ont été retraitées par TNS SECODIP

Avec une offre d'endives plus importante en 2004/2005, les consommateurs semblaient en début de campagne se détourner de ce légume. Car de septembre à fin décembre le nombre d'acheteurs a reculé. Mais depuis le début de l'année 2005 la tendance s'inverse : les achats des ménages retrouvent un peu d'éclat avec un nombre d'acheteurs et un niveau moyen d'achat supérieurs aux années antérieures et à la moyenne 01/04.

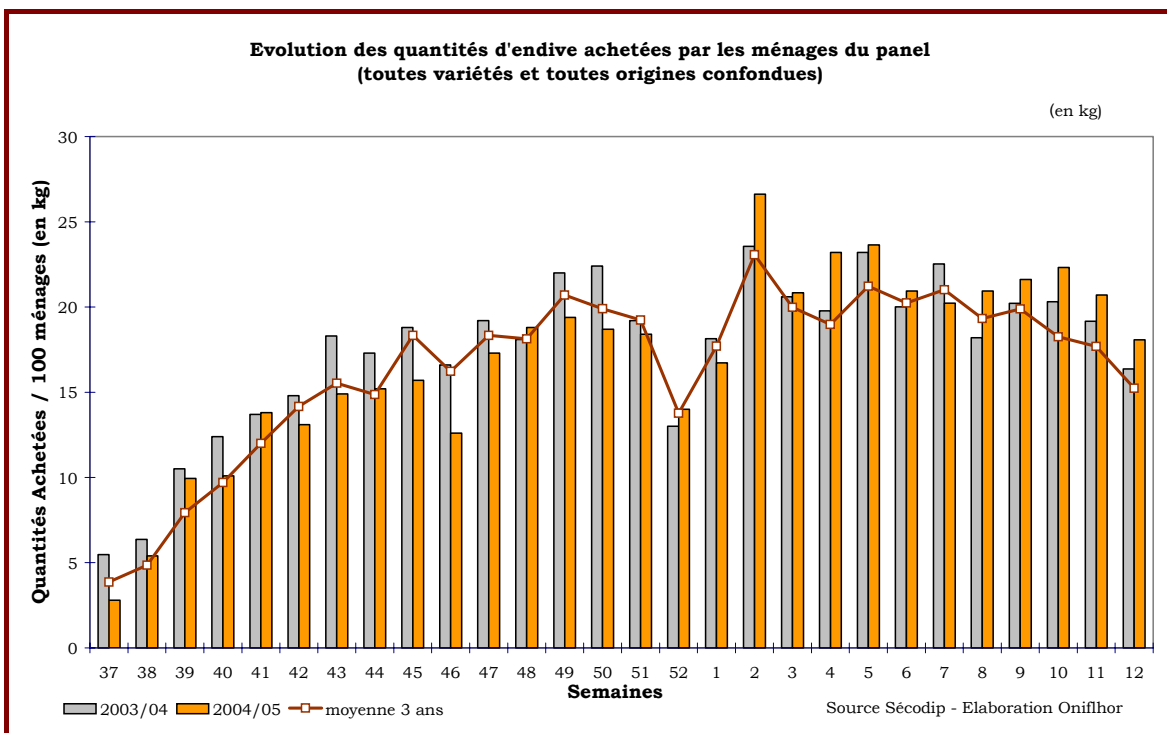
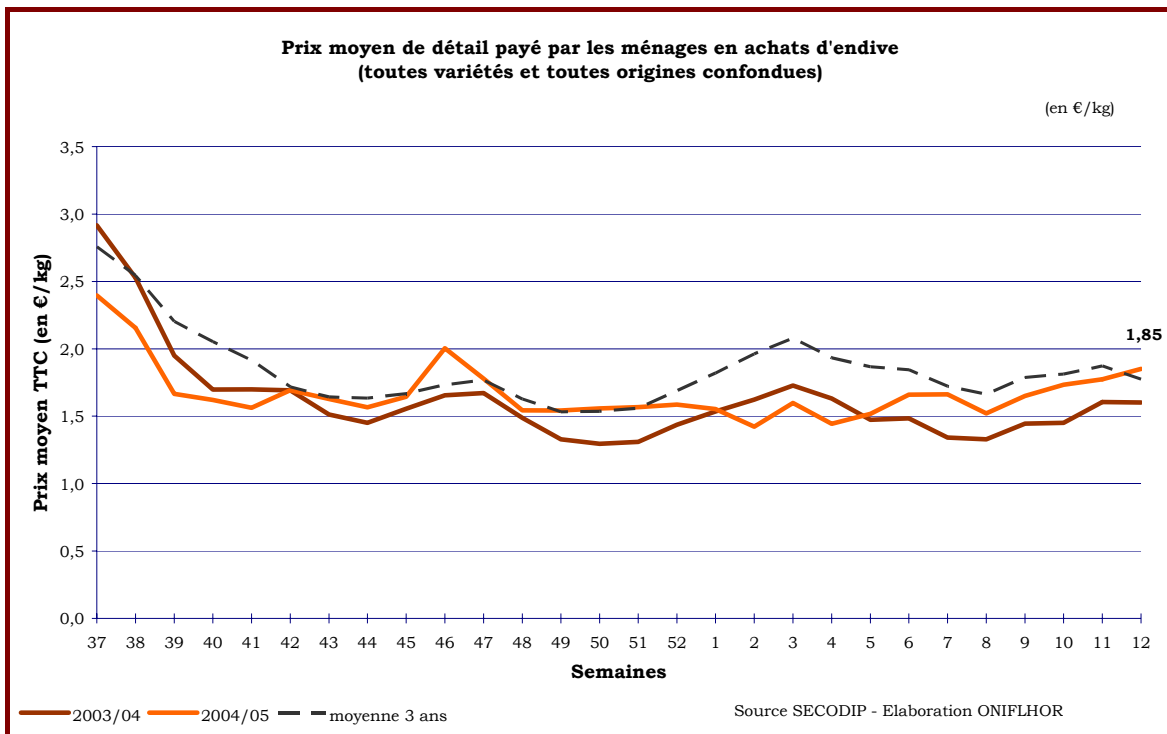
De début septembre à mi-mars, les quantités achetées cumulées sont en baisse de 2,9 % par rapport à la période équivalente de l'an passé mais restent supérieures de 3,4 % par rapport à la moyenne triennale. En revanche, les achats enregistrés en janvier, février et mars 2005 sont en progression de 5,7 % comparés aux 2,5 mois de 2004 et de + 10 % sur la moyenne 01-04. Ainsi, les achats d'endives ont été dopés par le froid et ont certainement bénéficié d'un report d'acheteurs de salades sur l'endive.

La baisse des achats d'endives observée sur les mois de septembre, octobre et novembre (excepté la semaine 48) s'estompe progressivement en décembre pour reprendre un rythme nettement plus soutenu en janvier mais surtout en février (excepté en semaine 7) et mars. Pour septembre, la baisse des volumes peut s'expliquer par le temps particulièrement clément durant ce mois là. Mais au cours des trois mois suivants, le déficit des volumes ne peut pas être lié au manque d'offre mais plutôt par une demande atone de la part des ménages mais avec le retour des températures hivernales les acheteurs ont bien été présents (environ + 4 points soit 1 000 000 de ménages en plus).

Malgré le recul des achats en septembre et début octobre 2004, les prix moyens cumulés au stade de détail sont restés en dessous des valeurs de 2003 et de la moyenne des 3 dernières périodes. Mais à partir de la semaine 46 jusqu'à la semaine 51 le prix enregistre une sensible remontée non seulement par rapport à 2003 mais également à celui de la moyenne 01/04 qui se dément en janvier 2005 mais à partir de février 2005 et cela malgré l'augmentation de la demande les prix repartent à la hausse comparés à ceux de 2004.

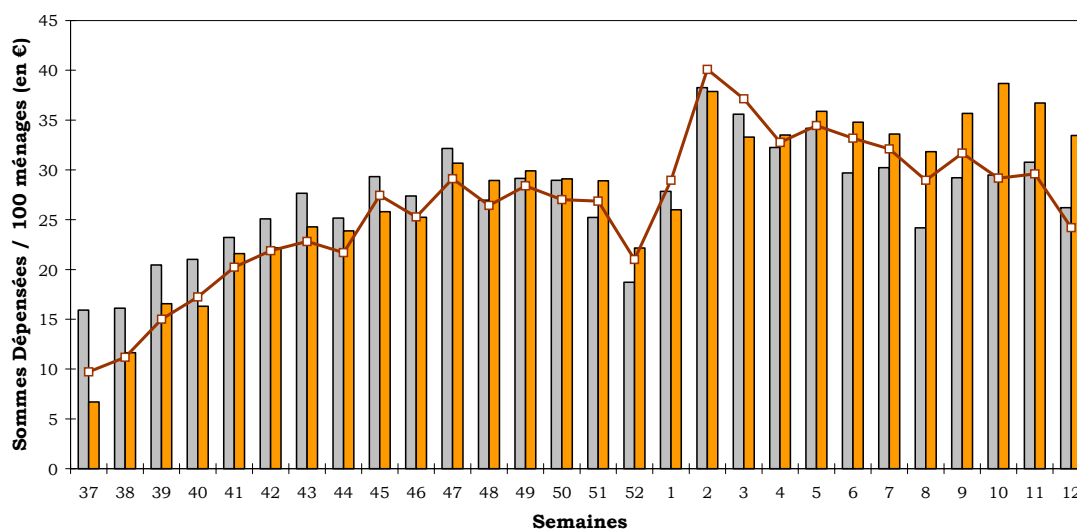
Au final, les sommes dépensées par les ménages de septembre à mi-mars 2005 affichent des évolutions positives (+ 1,9 %) par rapport à 2003/2004 mais restent inférieures à la moyenne triennale (-4,9%).

(La semaine 53 équivaut à la 1^{ère} semaine de la 1^{ère} période de SECODIP)



**Evolution des sommes dépensées par les ménages en achats d'endive
(toutes variétés et toutes origines confondues)**

(en €)



■ 2003/04 ■ 2004/05 —○— moyenne 3 ans

Source SECODIP - Elaboration ONIFLHOR

**Nombre de foyers acheteurs* d'endive en %
(toutes variétés et origines confondues)**

	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	moyenne 3 ans
10ème Période (du 6 septembre au 3 octobre - Sem 37 à 40)	14,6	22,1	26,5	22,8	21,1
11ème Période (du 4 octobre au 31 octobre - Sem 41 à 44)	33,9	38,5	39,3	38,2	37,3
12ème Période (du 1er novembre au 28 novembre - Sem 45 à 48)	44,1	44,9	44,9	41,3	44,6
13ème Période (du 29 novembre au 26 décembre - Sem 49 à 52)	42,9	46,1	45,2	43,3	44,7
1ère Période (du 27 décembre au 23 janvier - Sem 53 à 3)	46,4	49,6	48,5	49,5	48,2
2ème période (du 24 janvier au 20 février - Sem 4 à 7)	44,6	49,9	48,9	49,1	47,8
3ème Période (du 21 février au 20 mars - Sem 8 à 11)	40,6	46,4	45,9	49,1	44,3

* nombre de foyers dans le panel SECODIP qui ont acheté au moins 1 fois le produit dans la période considérée

5. ECHANGES EXTERIEURS

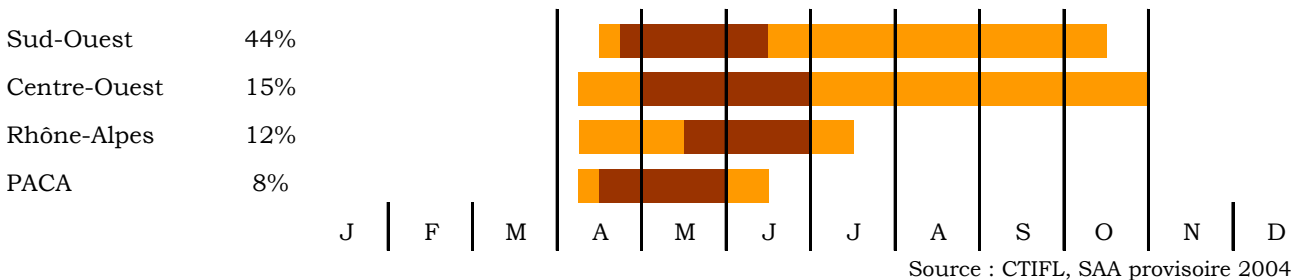
En raison de problèmes techniques, nous ne sommes pas en mesure de publier les informations relatives au commerce extérieur de ce produit pour le mois de janvier 2005. Ces données vous seront donc communiquées avec celles du mois de février 2005 dans la Note Economique du mois prochain.

Fraise

(Campagne française avril - octobre 2005)

1. PRODUCTION

Calendrier de production par région



Evolution des surfaces par rapport à 2004 et par rapport à la moyenne quinquennale

(en ha)

	France
2005 (1)	3 629
2004 (2)	3 676
2005 / 2004	-1,3%
moyenne 5 ans	3 795
2005 / moy. 5ans	-4%

Données avril 2004

(1) Prévisions (2) Estimations

Evolution des productions par rapport à 2004 et par rapport à la moyenne quinquennale

(en t)

	France
2005 (1)	58 111
2004 (2)	54 995
2005 / 2004	6%
moyenne 5 ans	53 738
2005 / moy. 5ans	8,1%

Source : SCEES

2. COMMERCIALISATION (Période du 21 mars au 15 avril 2005)

Dans un contexte de production retardée et plus ou moins marquée par les effets d'un hiver tardif cette année, le commerce de la fraise se met progressivement en place dans une ambiance de marché relativement correcte.

En semaine 12 (21 au 25/03), le marché est tout de même encore largement tourné vers le Maroc. Malgré les dégâts subis cet hiver, l'Espagne est aussi très présente, même si les volumes concernés semblent inférieurs aux campagnes précédentes.

Au niveau national, les volumes de fraise de printemps commencent à être plus conséquents. Les ventes sont assez actives en début de semaine, puis beaucoup moins dynamiques avec l'approche du week-end de Pâques dans la mesure où la distribution n'a pas encore basculée sur l'offre nationale.

La situation du marché est beaucoup plus difficile en semaine 13 (28/03 au 1/04). Les cours sont net recul en raison d'une baisse de la demande et d'une augmentation sensible de l'offre

(phénomène assez classique d'après week-end de Pâques pour lequel les producteurs essayer d'approvisionner une demande qui n'était pas toujours prête à absorber les volumes offerts).

L'ambiance est un peu plus optimiste en semaine 14 (4 au 8/04), notamment à l'approche du week-end. Les apports sont un peu moins importants en raison de la baisse des productions hors sols et de l'arrivée ralentie des cultures de "pleines terres" (retard du au manque de luminosité). De leur côté, les engagements sont quant à eux plus nombreux.

En terme de concurrence, le Maroc est désormais très nettement sorti du marché (plus aucune qualité), tandis que la concurrence belge se vend, pour l'instant, sur les mêmes bases de prix que l'offre nationale. De même, l'Espagne est plus centrée sur son marché intérieur en attendant de recouvrer ses capacités productives et ses niveaux de prix.

Avec la baisse des quantités disponibles (poursuite du déclin des productions sous abris chauffés), la situation de la semaine 15 (11 au 15/04) continue de s'améliorer en *Gariguette* et en *Ciflorette* grâce à quelques prix de dégagement qui permettent d'assainir le marché.

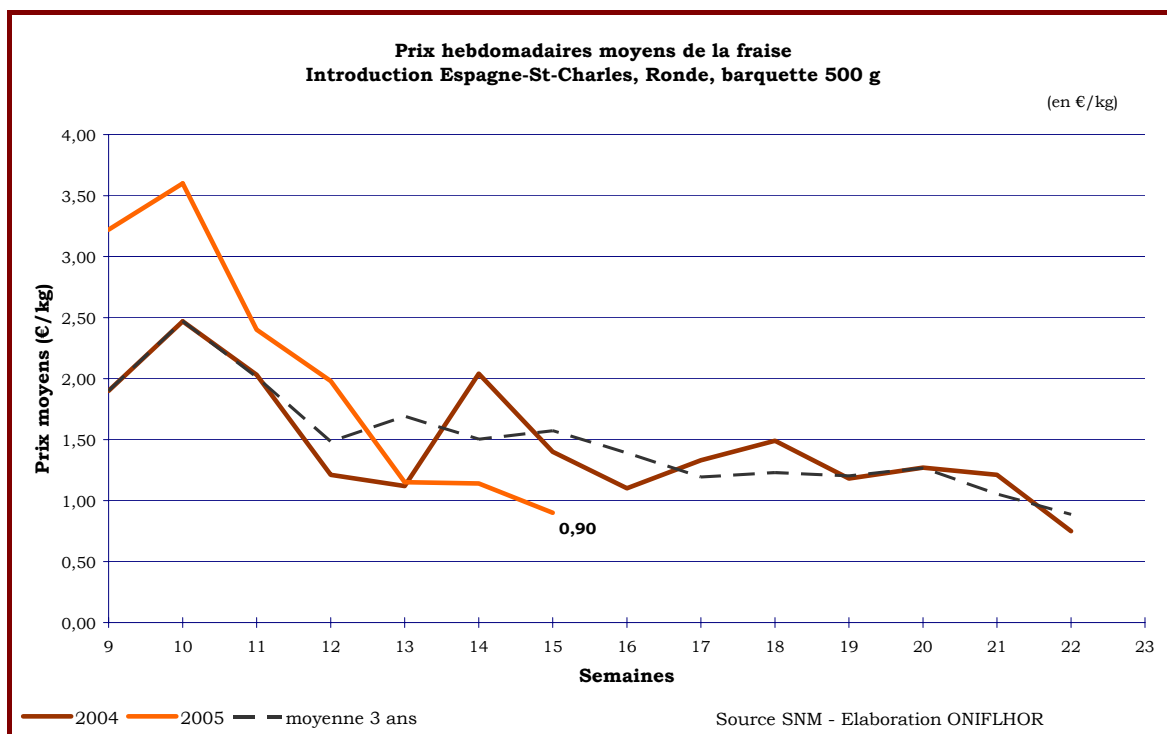
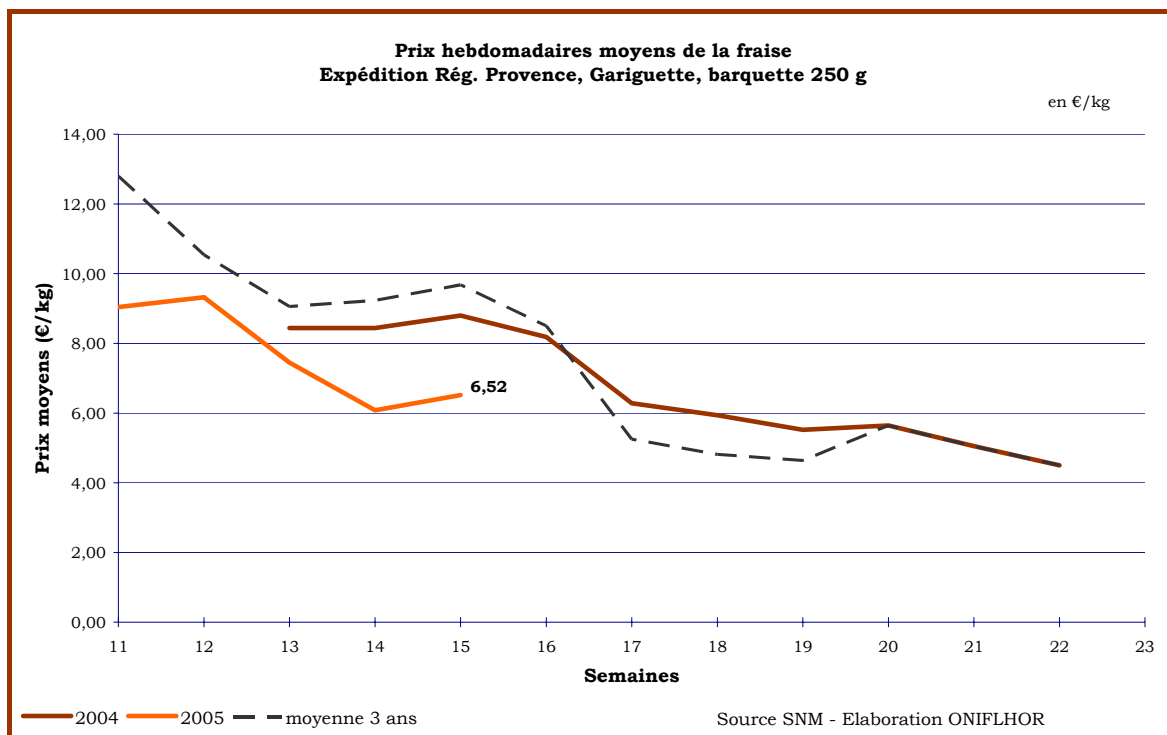
Pour les autres variétés, on a encore peu de volumes. Cependant, des quantités relativement plus importantes sont prévues pour la semaine prochaine, notamment dans le Sud-Est en *Pajaro*. L'entrée en campagne des *Rondes* devrait donc être difficile dans la mesure où ces fraises vont être plus directement mise en concurrence avec une *Camarosa* espagnole très avantageuse en prix.

Si en *Gariguette*, les cours sont donc redevenus plus normaux pour la saison après un creux d'une dizaine de jours, la situation risque d'être plus difficile pour les variétés rondes dont les prix pourrait être logiquement plus orientés à la baisse dans les semaines à venir.

3. PRIX MOYENS

	S12	S13	S14	S15
Prix moyens Expédition				
<i>Région Provence</i>				
Gariguette, barq. 250 g	9,32 €/kg	7,45 €/kg	6,08 €/kg	6,52 €/kg
<i>Région Sud-Ouest</i>				
Gariguette, barq. 250 g	9,00 €/kg	7,20 €/kg	5,72 €/kg	6,66 €/kg
Prix de détail				
Gariguette barq. 250g (le kg)				
Prix moyen de la semaine	15,03 €/kg	14,12 €/kg	11,37 €/kg	10,87 €/kg
Taux de présence en GMS	54%	64%	80%	83%
Ronde standard (le kg)				
Prix moyen de la semaine	n.d.	n.d.	9,39 €/kg	9,17 €/kg
Taux de présence en GMS	--	--	8%	7%

Source : SNM



4. CONSOMMATION (données disponibles du 21 févr. au 20 mars 2005)

Afin d'améliorer la fiabilité des résultats, le panel consoscan TNS SECODIP évolue en 2005. La méthode de relevé des achats change (utilisation d'un palm pilote au lieu d'une scanette) et la taille de l'échantillon passe de 3 000 à 4 500 panélistes. Ces changements ont un impact sur les résultats et peuvent entraîner un réajustement des données antérieures qui ont été retraitées par TNS SECODIP.

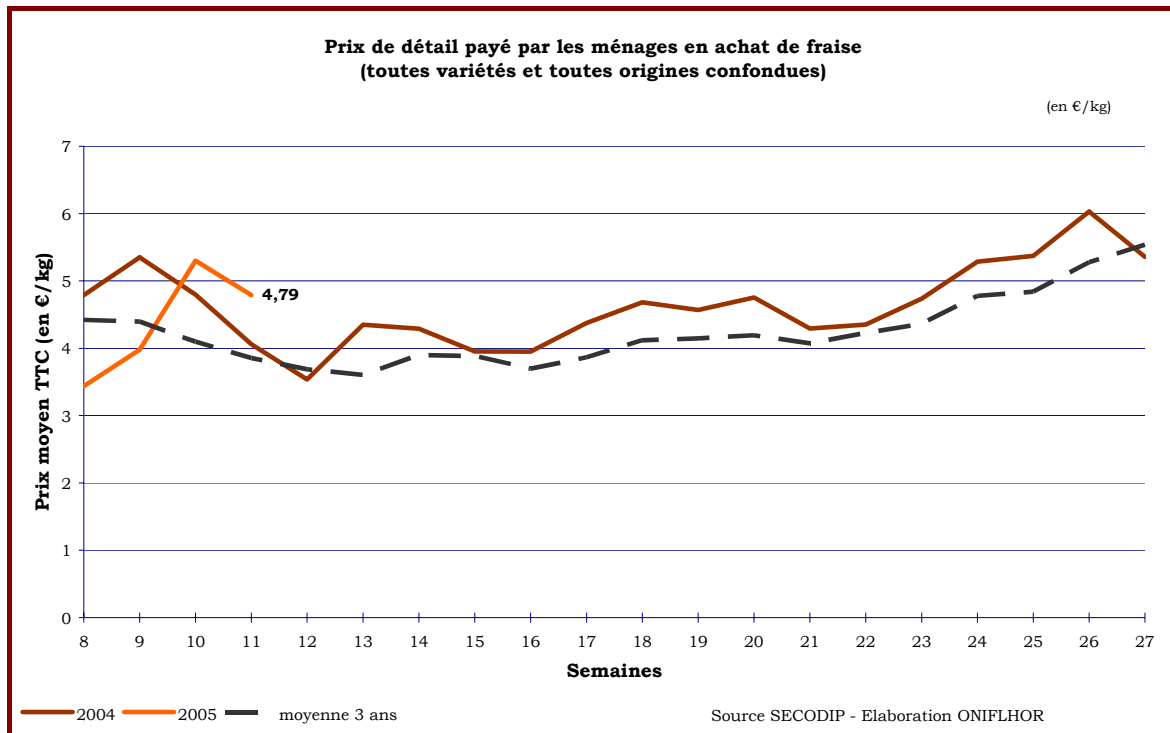
Les achats de fraises entre le 21 février et le 20 mars (semaines 8 à 11) sont nettement inférieurs à ceux de l'an passé (-26%) et à ceux de la moyenne 01/03 (-21%).

Sur les quinze derniers jours de février les quantités se sont stabilisées mais dès le mois de mars elles reculent sensiblement. Ce repli des volumes de début mars peut s'expliquer en partie par des fraises peu présentes sur les étals, le froid ayant entraîné des retards de commercialisation. Et de plus, la froidure durant cette période peut nuire à la consommation de ce fruit, car le nombre d'acheteurs est en forte baisse (- 4 points environ).

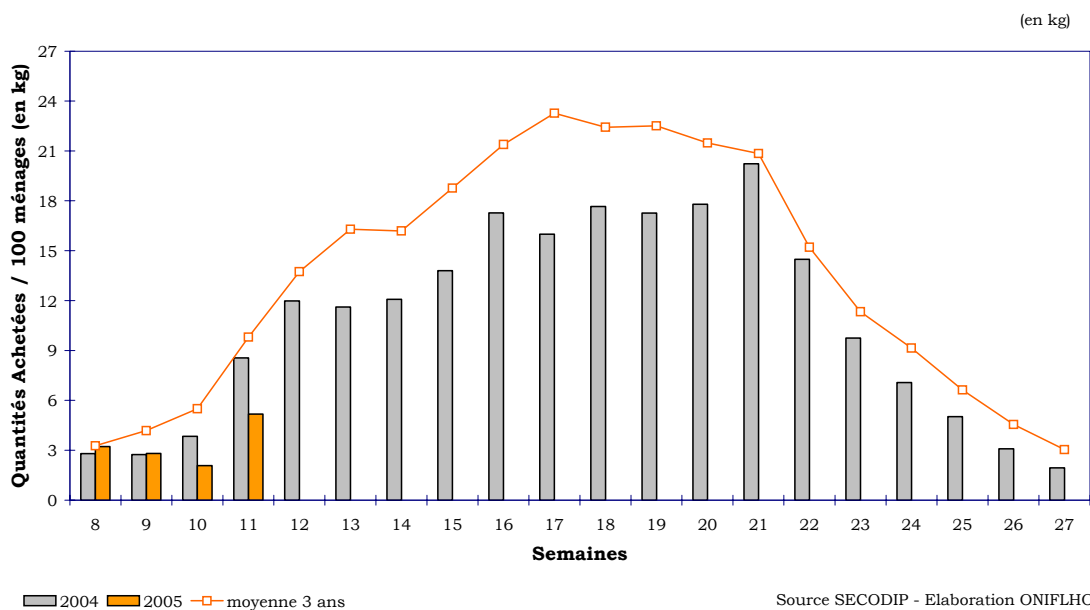
Le prix moyen sur les quinze derniers jours de février est en baisse par rapport à celui de la moyenne 01/03 et à celui de 2004, mais dès que la demande se raffermit les prix augmentent.

La diminution des sommes dépensées par les ménages est du même ordre que celle des quantités aussi bien par rapport à 2004 qu'à la moyenne triennale.

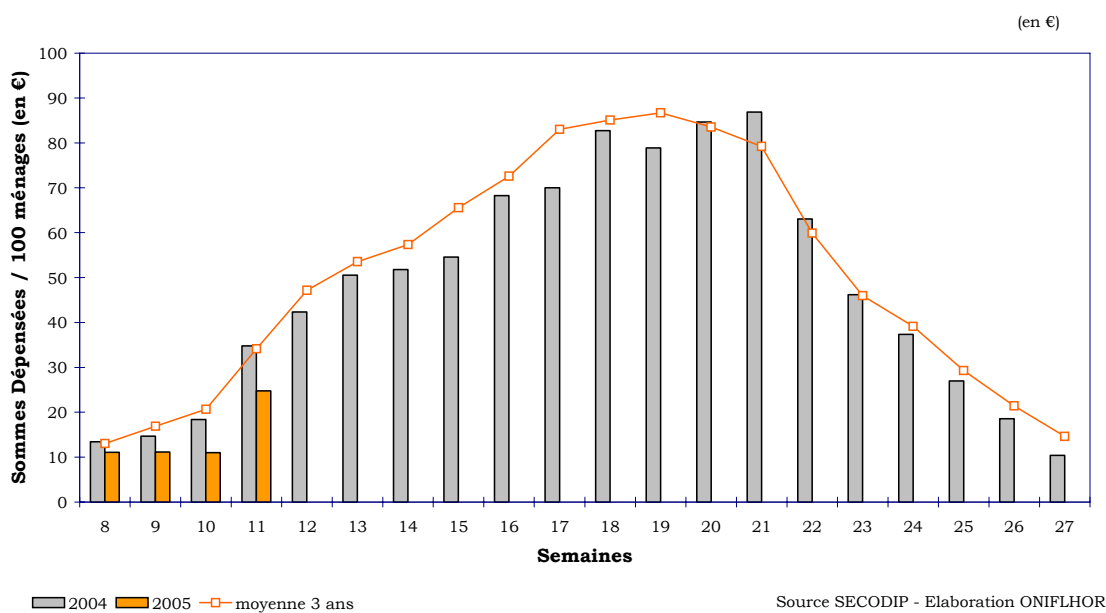
(La semaine 53 équivaut à la 1^{ère} semaine de la 1^{ère} période de SECODIP)



**Evolution des quantités de fraise achetées par les ménages du panel
(toutes variétés et toutes origines confondues)**



**Evolution des sommes dépensées par les ménages en achats de fraise
(toutes variétés et toutes origines confondues)**



	Nombre de foyers acheteurs* de fraise en % (toutes variétés et toutes origines confondues)					
	2001	2002	2003	2004	2005	moyenne 01/04
3ème Période (du 21 février au 20 mars- Sem 8 à 11)	11,3	20,9	20,8	18,9	14,7	18,0

* nombre de foyers dans le panel SECODIP qui ont acheté au moins 1 fois le produit dans la période considérée

5. ECHANGES EXTERIEURS

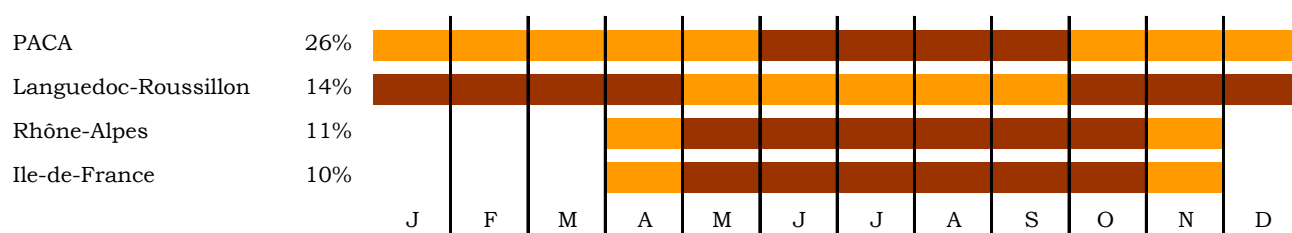
En raison de problèmes techniques, nous ne sommes pas en mesure de publier les informations relatives au commerce extérieur de ce produit pour le mois de janvier 2005. Ces données vous seront donc communiquées avec celles du mois de février 2005 dans la Note Economique du mois prochain.

Laitue

(Campagne française de commercialisation janvier - décembre 2005)

1. PRODUCTION

Calendrier de la production de laitue par région



Source : CTIFL, SAA provisoire 2004

Estimation des surfaces de laitue d'hiver (2004/05)

(en ha)

	France
Batavia	1 888
Pommée	1 634
Romaine	169
A couper	1 983
Total	5 674
2004-05/2003-04	-6,8%

Données avril 2005

Estimation de la production de laitue d'hiver (2004/05)

(en 1 000 pieds)

	France
Batavia	180 477
Pommée	164 966
Romaine	14 515
A couper	148 432
Total	508 390
2004-05/2003-04	-9,3%

Source : SCEES

2. COMMERCIALISATION (Période du 21 mars au 15 avril 2005)

Après la raréfaction des volumes des deux derniers mois, le marché de la laitue retrouve des niveaux de production qui pèsent d'autant plus sur le commerce que l'offre nationale s'étoffe face à une demande moins présente.

Ainsi, les cours s'écroulent en semaine 12 (21 au 25/03) en raison d'une offre en nette progression (températures plus douces). On attend désormais des volumes plus importants dans toutes les variétés. La demande est de son côté beaucoup moins présente que lors des semaines précédentes. En conséquence, les cours, qui évoluent encore dans une zone correcte au niveau production, sont orientés à la baisse pour favoriser l'écoulement du produit.

Du fait d'une production qui retrouve désormais des niveaux plus normaux, le marché de la semaine 13 (29/03 au 1/04) est de nouveau sous la pression de l'offre, en *Batavia* notamment, tandis qu'on remarque aussi de bons volumes en *Scarole*. Comme la semaine précédente, les cours sont donc en baisse dans les différents compartiments du marché, notamment en *Laitue*, qui sont aussi plus concurrencés par la Belgique.

Le tassement des cours se poursuit en semaine 14 (4 au 8/04) en raison d'une demande limitée à ses besoins immédiats et très attentive aux prix. Il y a une réelle difficulté à vendre sur le marché national comme à l'export où le produit peut apparaître trop cher au regard de la concurrence belge, espagnole ou italienne.

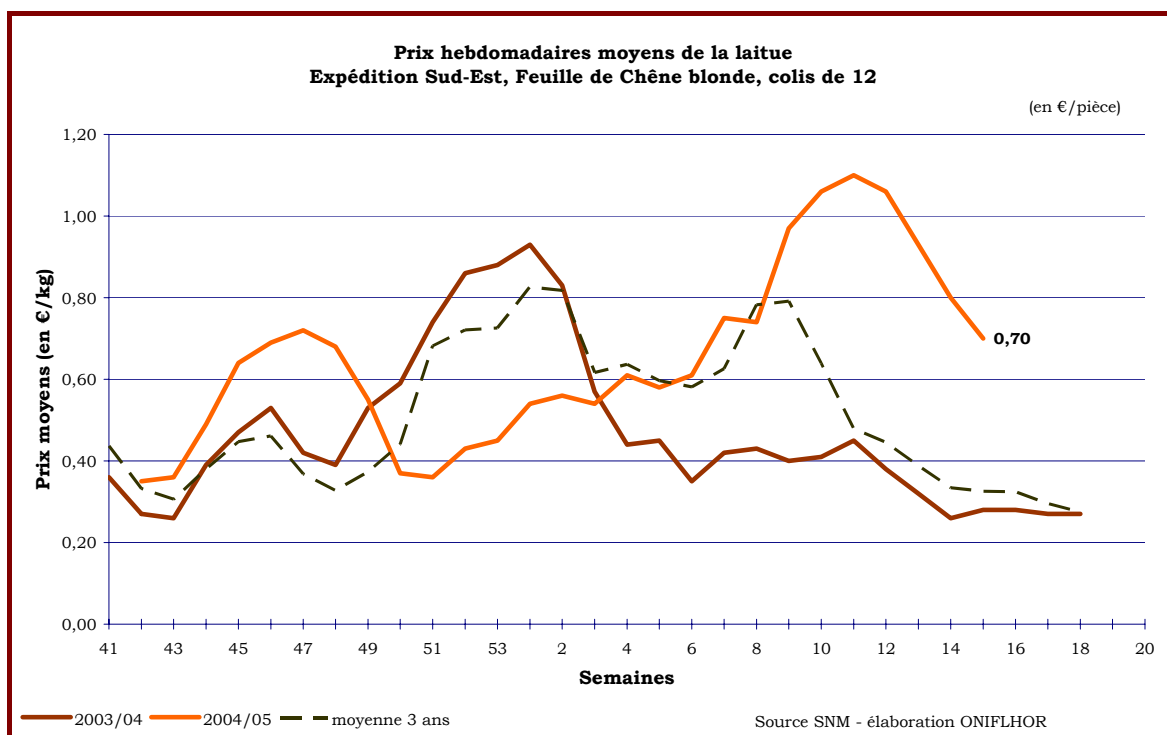
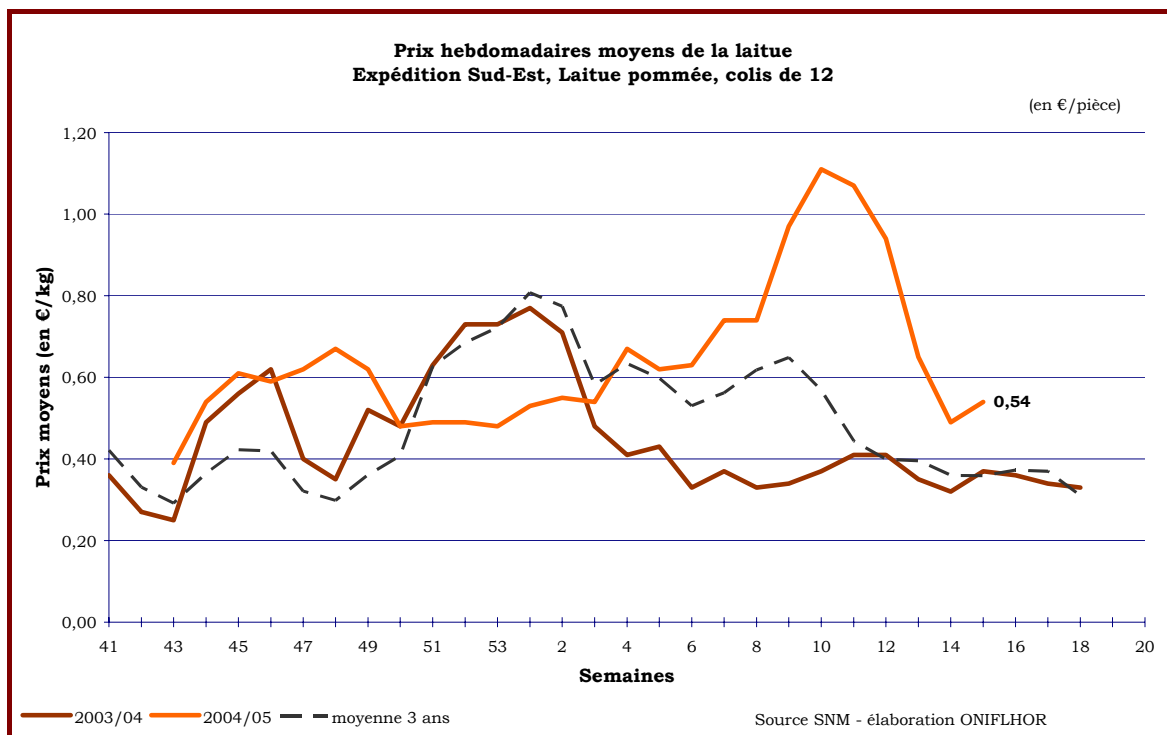
Dans un contexte de concurrence interrégionale marqué en semaine 15 (11 au 15/04), l'offre est toujours importante face à une demande tantôt peu empressée, tantôt plus présente. Quelques baisses de cours sont donc constatées en *Feuille de chêne rouge et blonde*. La fourchette des prix est aussi assez large en *Scarole* dont la qualité est assez hétérogène.

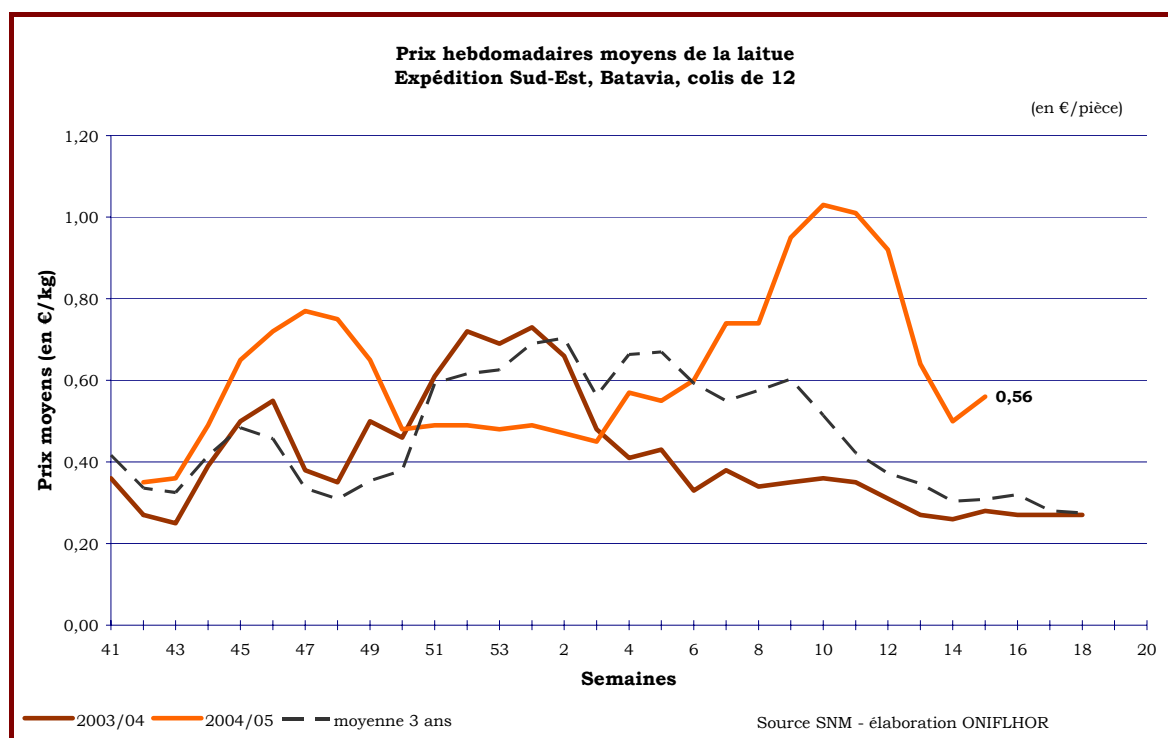
Tandis que le produit français reste soumis à une forte concurrence européenne (Belgique, Allemagne), l'effritement est plus généralisé pour toutes les variétés en fin de semaine. Il pourrait perdurer dans les semaines à venir du fait de la montée en puissance prévisible de la production des ceintures vertes et des principales régions de production.

3. PRIX MOYENS

	S12	S13	S14	S15
Prix moyens Production				
<i>Chateaubernard</i>				
Batavia blonde	0,79 €/p	0,59 €/p	0,46 €/p	0,50 €/p
Laitue pommée	0,88 €/p	0,65 €/p	0,42 €/p	0,46 €/p
<i>Rhône-Alpes</i>				
Batavia blonde	1,15 €/p	0,85 €/p	0,65 €/p	0,57 €/p
Laitue pommée	1,15 €/p	0,93 €/p	0,64 €/p	0,57 €/p
Prix moyens Expédition				
<i>Provence</i>				
Batavia blonde	0,92 €/p	0,64 €/p	0,50 €/p	0,56 €/p
Feuille de Chêne	1,06 €/p	0,93 €/p	0,80 €/p	0,70 €/p
Prix de détail				
<i>Batavia (la pièce)</i>				
Prix moyen de la semaine	1,59 €/p	1,49 €/p	1,17 €/p	1,06 €/p
Taux de présence en GMS	99%	97%	97%	99%
<i>Laitue pommée (la pièce)</i>				
Prix moyen de la semaine	1,59 €/p	1,45 €/p	1,11 €/p	1,02 €/p
Taux de présence en GMS	98%	100%	99%	99%

Source : SNM





4. CONSOMMATION (Données disponibles du 27 déc. au 20 mars 2005)

Afin d'améliorer la fiabilité des résultats, le panel consoscan TNS SECODIP évolue en 2005. La méthode de relevé des achats change (utilisation d'un palm pilote au lieu d'une scanette) et la taille de l'échantillon passe de 3 000 à 4 500 panélistes. Ces changements ont un impact sur les résultats et peuvent entraîner un réajustement des données antérieures qui ont été retraitées par TNS SECODIP.

Les quantités achetées de laitue entre le 26 décembre 2004 et le 20 mars 2005 régressent fortement (-19,4%) par rapport à l'an passé. La baisse des achats observée en janvier s'accroît surtout en février et début mars. Cette faiblesse des achats sur cette période serait due à la réduction de l'offre suite à la vague de froid. Mais à partir du 14 mars les achats se redressent légèrement tout en étant en deçà du niveau de 2004 et de la moyenne 01/03.

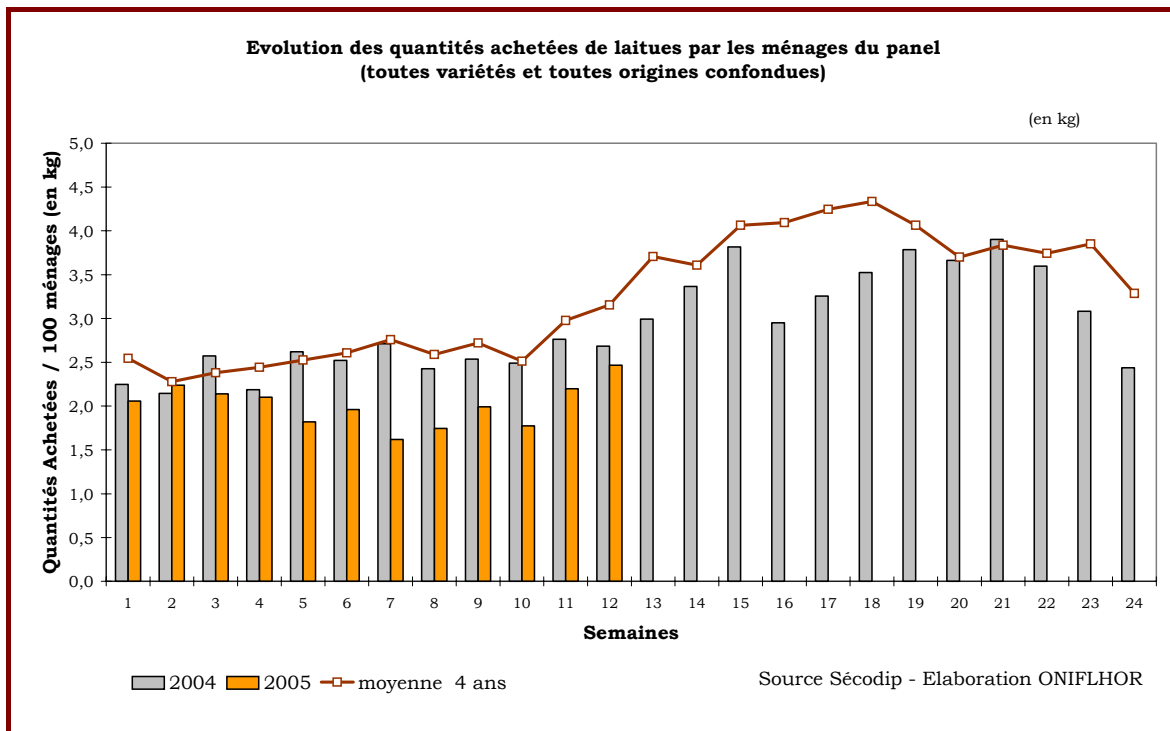
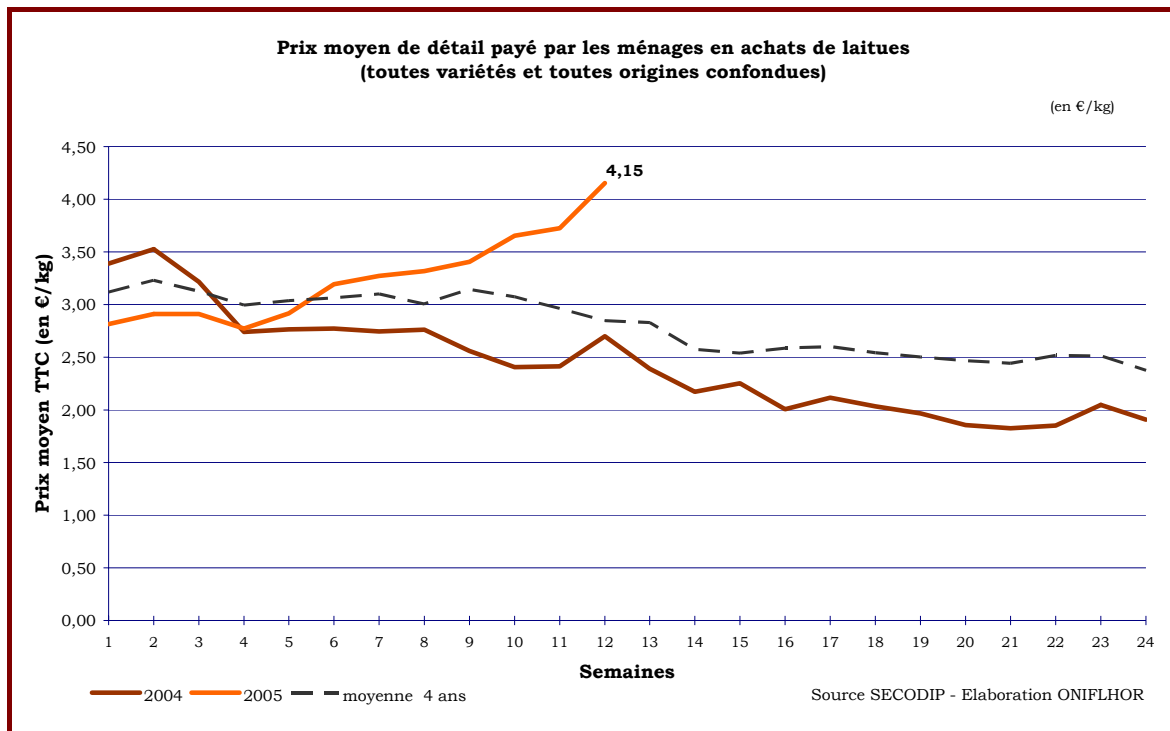
Cependant depuis 2001, les volumes et le nombre d'acheteurs de laitues sont orientés à la baisse (-23,4 %).

Ce phénomène sur le long terme serait lié en partie par la concurrence croissante des salades en sachet. En effet, comme le démontrent les tableaux ci-dessous : le nombre d'acheteurs est orienté à la hausse pour la IVème gamme tandis qu'il baisse pour la laitue fraîche.

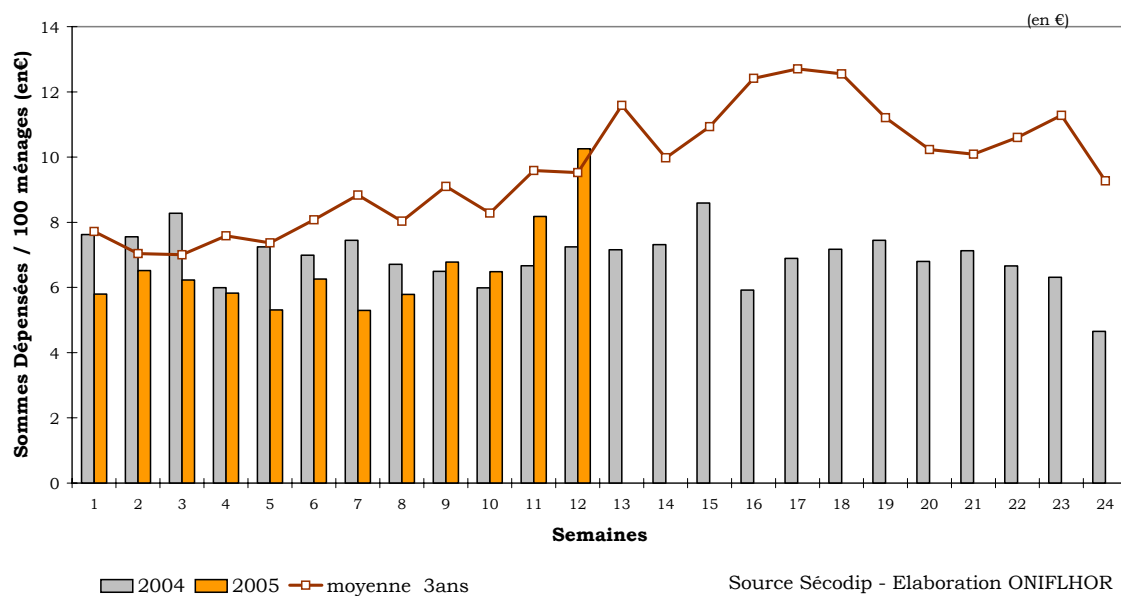
Les prix de vente au stade de détail ont été globalement plus faibles en janvier que ceux de l'an dernier et que ceux de la moyenne 01/04 mais à partir de février (période de faible demande et de réduction de l'offre), ils redeviennent largement supérieurs à ceux de 2004 et à ceux de la moyenne quadriennale.

Dans ce contexte défavorable, les ménages ont moins dépensé (-6,5%) durant ces 2,5 mois par rapport à la même période l'an dernier mais également par rapport à la moyenne 01/04 (-19,8 %).

(La semaine 53 équivaut à la 1^{ère} semaine de la 1^{ère} période de SECODIP)



**Evolution des sommes dépensées par les ménages du panel, en achats de laitues
(toutes variétés et toutes origines confondues)**



	Nombre de foyers acheteurs* de laitues dans le panel, en % (toutes variétés et toutes origines confondues)					
	2001	2002	2003	2004	2005	moyenne 01/04
1ère période (du 27 décembre au 23 janvier - Sem 53 à 3)	16,8	13,3	15,3	14,2	13,1	14,9
2ème période (du 24 janvier au 20 février - Sem 4 à 7)	17,6	14,3	14,5	15,1	11,4	15,4
3ème Période (du 21 février au 20 mars - Sem 8 à 11)	18,3	15,9	16,1	14,1	13,1	16,1

* nombre de foyers dans le panel SECODIP qui ont acheté au moins 1 fois le produit dans la période considérée

	Nombre de foyers acheteurs* de salades IVème gamme dans le panel, en % (toutes variétés et toutes origines confondues)					
	2001	2002	2003	2004	2005	moyenne 01/04
1ère période (du 27 décembre au 23 janvier - Sem 53 à 3)	16,2	21,2	21,0	23,1	26,2	20,4
2ème période (du 24 janvier au 20 février - Sem 4 à 7)	16,5	20,5	21,2	20,5	25,7	19,7
3ème Période (du 21 février au 20 mars - Sem 8 à 11)	16,8	20,6	23,0	21,2	25,9	20,4

* nombre de foyers dans le panel SECODIP qui ont acheté au moins 1 fois le produit dans la période considérée

5. ECHANGES EXTERIEURS

En raison de problèmes techniques, nous ne sommes pas en mesure de publier les informations relatives au commerce extérieur de ce produit pour le mois de janvier 2005. Ces données vous seront donc communiquées avec celles du mois de février 2005 dans la Note Economique du mois prochain.

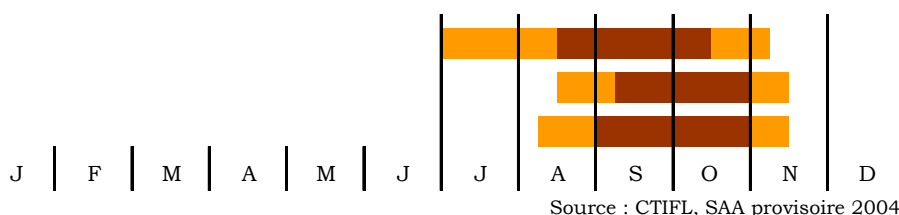
Pomme de table

(Campagne française de commercialisation juillet 2004 - juin 2005)

1. PRODUCTION

Calendrier de production de pomme par région

Sud-Est	37%
Val de Loire	28%
Sud-Ouest	22%



Evolution des surfaces par rapport à 2003 et par rapport à la moyenne quinquennale

(en ha)

	France
2004	48 420
2003	49 323
Variation	-1,8%
moyenne 5 ans	52 060
2004 / moy. 5 ans	-7,0%

Données février 2005

Evolution des productions par rapport à 2003 et par rapport à la moyenne quinquennale

(en t)

	France
2004	1 872 879
2003	1 777 381
Variation	5,4%
moyenne 5 ans	2 027 524
2004 / moy. 5 ans	-7,6%

Source : SCEES

Selon la prévision publiée fin novembre par la Section Nationale Pomme, la production française 2004 s'établirait à 1 708 000 t en légère baisse de 1% par rapport aux 1 728 000 t produites en 2003.

2. COMMERCIALISATION (Période du 21 mars au 15 avril 2005)

L'activité du marché de la pomme s'installe désormais dans une certaine routine avec un commerce qui continue désormais de se recentrer sur le marché français.

Les marchés d'exportation commencent à se fermer plus nettement dans la mesure où il n'y a plus suffisamment de quantités pour assurer un approvisionnement régulier des principaux clients européens. Peu à peu, les grandes centrales se tournent aussi vers les productions de l'hémisphère sud qui commencent à arriver sur le marché sans être toutefois excessives pour le moment.

Du fait de la réduction des débouchés export, les prix restent donc difficiles à faire monter et restent décevants au regard des écarts de triage qui doivent maintenant être effectués.

En terme de variétés, le marché est toujours difficile en *Braeburn* pour laquelle il y a encore des volumes importants à écouler. Dans le Val de Loire, le retard de déstockage est manifeste et devrait se traduire par un allongement de la campagne jusqu'au mois de mai alors que tous les volumes sont habituellement écoulés en avril.

Mise à part les problèmes persistants en *Braeburn*, le commerce est correct dans la plupart des variétés de pomme encore présentes sur le marché. La fin de la campagne s'annonce en *Gala*, tandis que les autres variétés ne posent pas vraiment de problèmes particuliers. Il y a de moins en moins d'offres sur le marché et donc plus de facilité pour écouler leur marchandise.

Les variétés *Golden* et *Granny* se maintiennent correctement sur le marché français. Elles sont plus exposées à la concurrence italienne à l'export sur le nord de l'Europe ou sur le Royaume-Uni où elles bénéficient tout de même de bonnes opportunités. Compte tenu du nombre limité d'opérateurs, les dernières *Canada grises* se vendent sans difficulté à des prix relativement élevés qui se raffermissent encore. De même, la situation est plus ou moins correcte en *Fuji* grâce à un meilleur écoulement sur l'Espagne, avec des prix stables et fermes pour les lots de qualités.

Au niveau régional, le Val de Loire bénéficie globalement d'un bon report de la demande consécutif à la fin de la campagne de certaines variétés et de certains opérateurs. Dans le Sud-Est, le commerce est plus moyen et compliqué en raison de l'arrivée des offres de pays tiers. Elle est plus satisfaisante dans le Sud-Ouest du fait d'une bonne demande sur le marché intérieur.

Dans l'ensemble, l'ambiance du marché est relativement correcte pour les structures à vocation nationale qui semblent être plutôt satisfaites de la situation actuelle du marché français. Les structures orientées sur l'export sont un peu plus déçues par la perte des parts de marchés qu'elles ont subies pendant l'hiver et par les perspectives du basculement des marchés sur les offres de l'hémisphère sud.

Au regard des stocks qui ne sont pas pléthoriques, la dernière partie de la campagne pourrait toutefois se révéler plus sereine en terme de prix si le marché n'est pas inondé de produit d'importation. La campagne devrait se terminer en juillet pour les spécialistes de la fin de saison. Le gros des stocks devrait cependant commencer à se tarir début juin pour la plupart des opérateurs restant sur le marché.

STOCKS DE L'ORGANISATION ECONOMIQUE AU 1er AVRIL 2005

(en t)

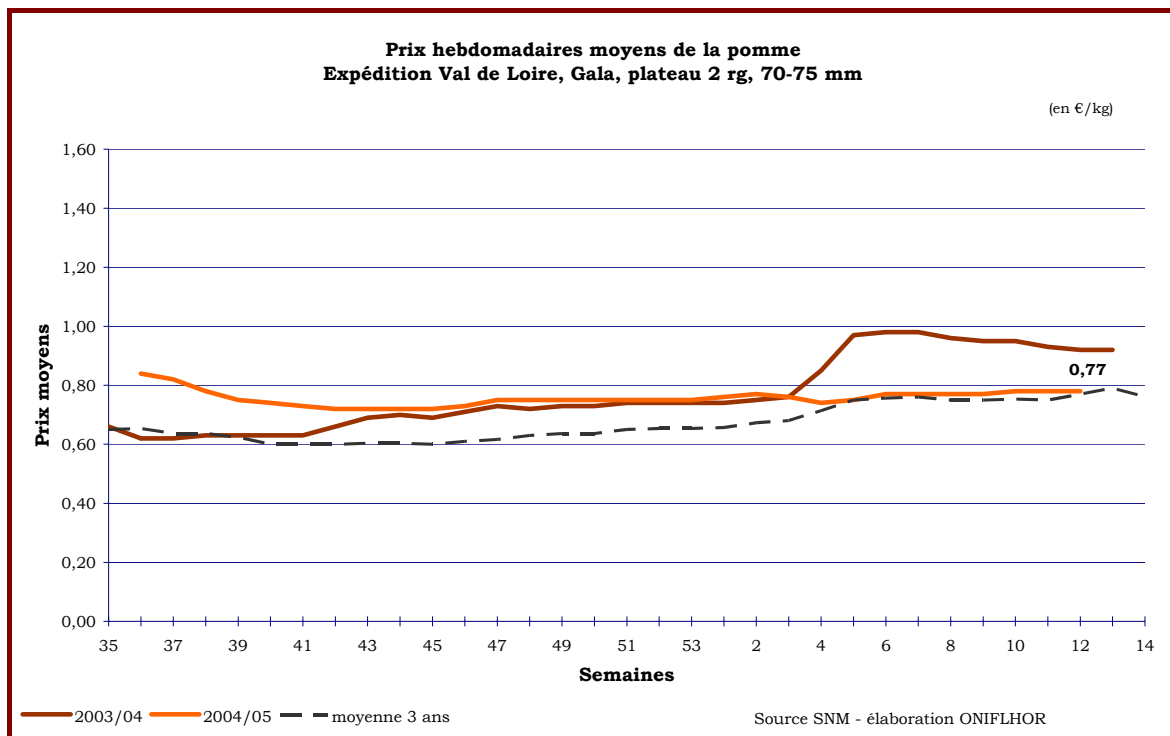
Variétés	2005	2004/2000
Golden	138 576	187 338
Gala	11 353	7 308
Granny Smith	30 724	25 014
Braeburn	43 746	23 849
Rouges Américaines	11 132	11 624
Pink Lady	14 243	6 069
Canada Gris	5 915	7 631
Fuji	13 177	11 043
Jonagold	13 180	17 009
Elstar	603	955
TOTAL STOCKS	307 723	319 025
Rappel récolte organisation économique	1 065 053	1 310 439
% stock/récolte	29%	24%
Rappel récolte France	1 708 252	2 028 021
Rappel récolte U.E.	6 807 000	7 573 600

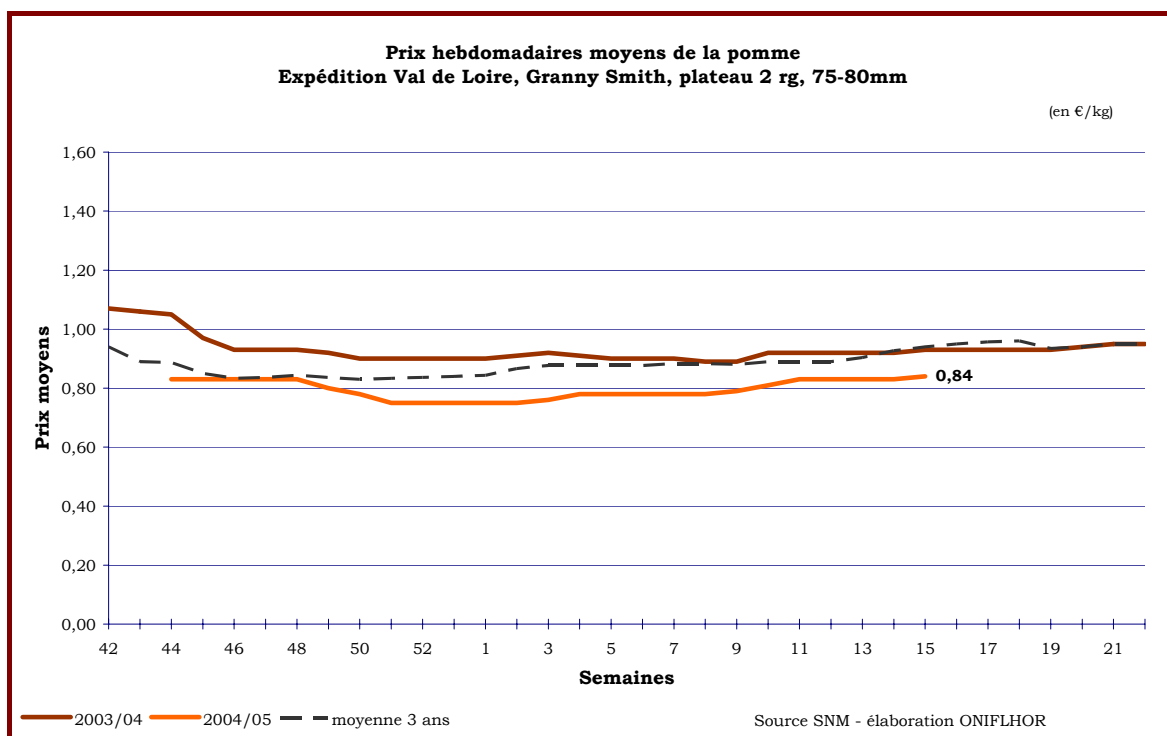
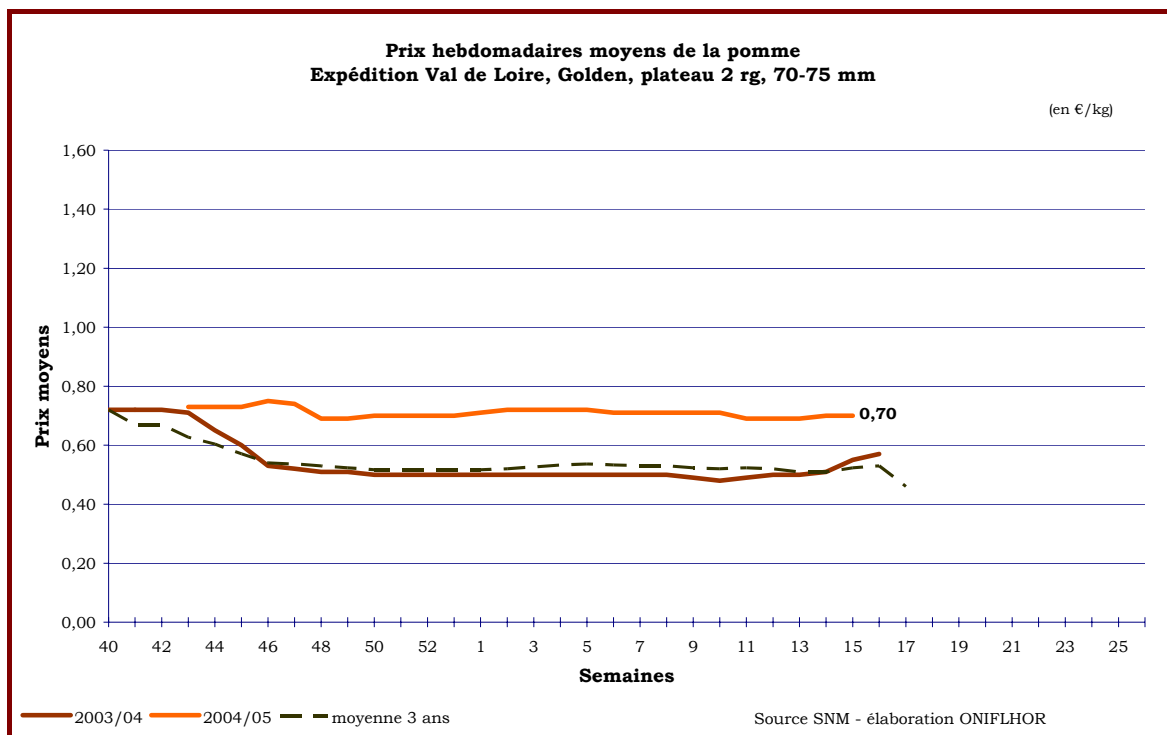
Source : Section Nationale Pomme/Elaboration : ONIFLHOR

3. PRIX MOYENS

	S12	S13	S14	S15
Prix moyens Expédition				
<i>Val de Loire</i>				
Gala, plateau 2 rg, 70-75 mm	0,78 €/kg	n.d.	n.d.	n.d.
Golden, plateau 2 rg, 70-75 mm	0,69 €/kg	0,69 €/kg	0,70 €/kg	0,70 €/kg
Granny Smith, plateau 2 rg, 75-80 mm	0,83 €/kg	0,83 €/kg	0,83 €/kg	0,84 €/kg
Prix de détail				
Pomme Gala cal. sup. 70 (le kg)				
Prix moyen de la semaine	2,01 €/kg	2,05 €/kg	2,10 €/kg	2,15 €/kg
Taux de présence en GMS	86%	85%	80%	82%
Pomme Golden cal. Sup. 70 (le kg)				
Prix moyen de la semaine	1,83 €/kg	1,70 €/kg	1,65 €/kg	1,79 €/kg
Taux de présence en GMS	96%	99%	97%	99%
Pomme Granny smith cal. Sup. 70 (le kg)				
Prix moyen de la semaine	1,90 €/kg	1,89 €/kg	1,84 €/kg	1,88 €/kg
Taux de présence en GMS	99%	97%	98%	99%

Source : SNM





4. CONSOMMATION (Données disponibles du 9 août au 20 mars 2005)

Afin d'améliorer la fiabilité des résultats, le panel consoscan TNS SECODIP évolue en 2005. La méthode de relevé des achats change (utilisation d'un palm pilote au lieu d'une scanette) et la taille de l'échantillon passe de 3 000 à 4 500 panélistes. Ces changements ont un impact sur les résultats et peuvent entraîner un réajustement des données antérieures qui ont été retraitées par TNS SECODIP.

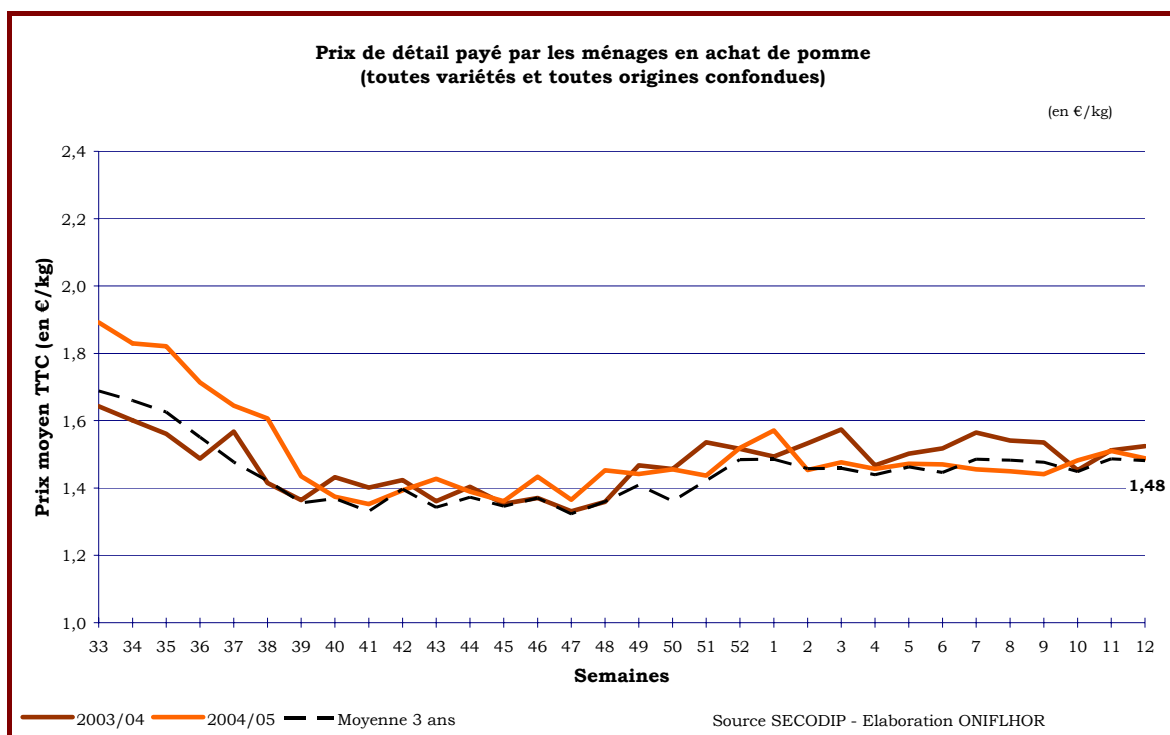
Avec un niveau de production de pommes supérieur à l'an passé, on observe du 9 août à mi-mars 2005 une baisse des achats liée principalement à une perte significative du nombre d'acheteurs cumulé à une baisse du niveau moyen d'achat. En effet, le panel Secodip enregistre de la mi-août à la mi-mars 2005 des quantités achetées inférieures de 8,8 % à celles de l'an passé sur la même période et de 4,5% comparé à la moyenne 01/05. En terme de volume c'est le niveau le plus faible enregistré depuis 2001.

Ce ralentissement des achats s'observe pendant toutes les semaines des mois d'août, de septembre, d'octobre (excepté la semaine 44) et de novembre alors que la production française entre sur le marché. Cependant, à partir du mois de décembre les achats se sont légèrement redressés avec un pic d'achat sur les semaines 52 et 2. Mais dès la semaine 3 les volumes même s'ils progressent restent en dessous des niveaux de 2004.

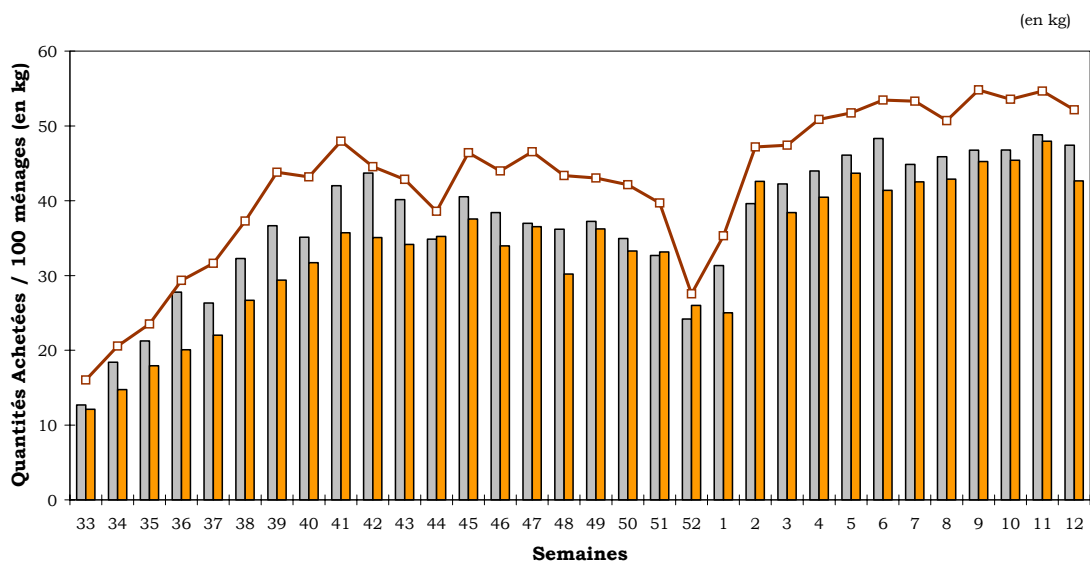
Les prix moyens cumulés hebdomadaires au stade de détail, sur la période mi août 2004 à fin décembre 2004 sont globalement supérieurs à ceux de l'an passé et aussi à la moyenne des 4 dernières campagnes. C'est le niveau de prix le plus élevé depuis 2001. Cependant, à partir de janvier 2005 les prix des pommes commencent à diminuer, tout en se maintenant à un bon niveau, avec l'augmentation de l'offre. A l'inverse des volumes les prix sont les plus élevés depuis 2001.

Toutefois, la hausse globale des prix n'a pas été suffisante pour pallier la baisse des volumes, car au final le budget alloué à l'achat de pomme par les ménages a diminué de 8,6% par rapport à l'an passé et également à la moyenne quadriennale (-1,8 %).

(La semaine 53 équivaut à la 1^{ère} semaine de la 1^{ère} période de SECODIP)

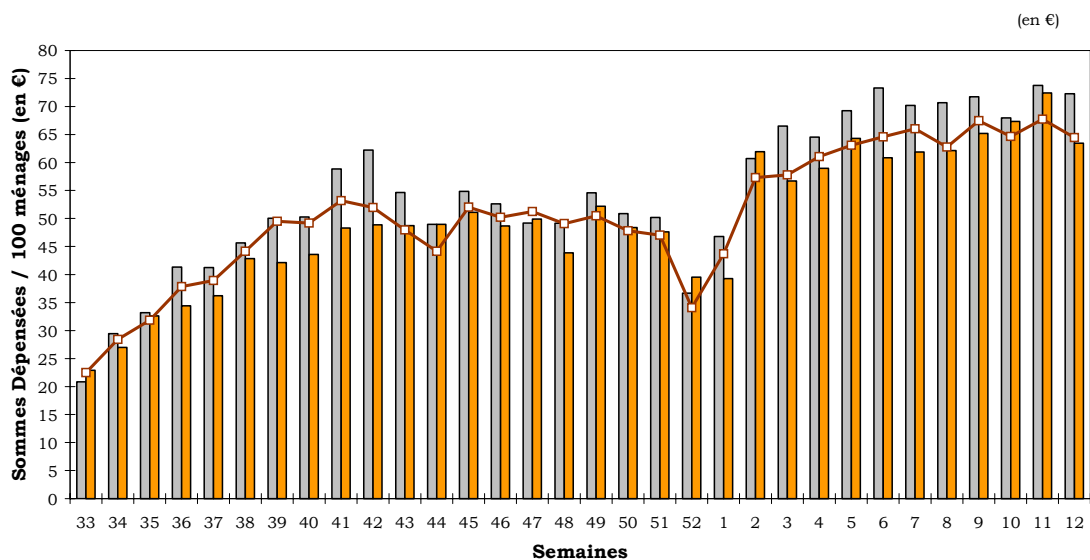


**Evolution des quantités de pomme achetées par les ménages du panel
(toutes variétés et toutes origines confondues)**



Source SECODIP - Elaboration ONIFLHOR

**Evolution des sommes dépensées par les ménages en achats de pomme
(toutes variétés et toutes origines confondues)**



Source SECODIP - Elaboration ONIFLHOR

	Nombre de foyers acheteurs* de pomme en % (toutes variétés et toutes origines confondues)				
	2001/02	2002/03	2003/04	2004/05	moyenne 3 ans
9ème Période (du 9 août au 5 septembre - Sem 33 à 36)	31,1	32,9	32,9	30,5	32,3
10ème Période (du 6 septembre au 3 octobre - Sem 37 à 40)	46,1	42,8	44,7	41,6	44,5
11ème Période (du 4 octobre au 31 octobre - Sem 41 à 44)	45,3	42,1	49,8	45,1	45,7
12ème Période (du 1er novembre au 28 novembre - Sem 45 à 48)	47,5	43,8	46,9	43,7	46,1
13ème Période (du 29 novembre au 26 décembre - Sem 49 à 52)	43,3	40,4	45,0	42,6	42,9
1ère Période (du 27 décembre au 23 janvier - Sem 53 à 3)	49,6	48,2	51,3	48,5	49,7
2ème Période (du 24 janvier au 20 février - Sem 4 à 7)	53,6	52,6	56,2	52,6	54,1
3ème Période (du 21 février au 20 mars - Sem 8 à 11)	54,9	54,2	58,2	56,3	55,8

* nombre de foyers dans le panel SECODIP qui ont acheté au moins 1 fois le produit dans la période considérée

5. ECHANGES EXTERIEURS

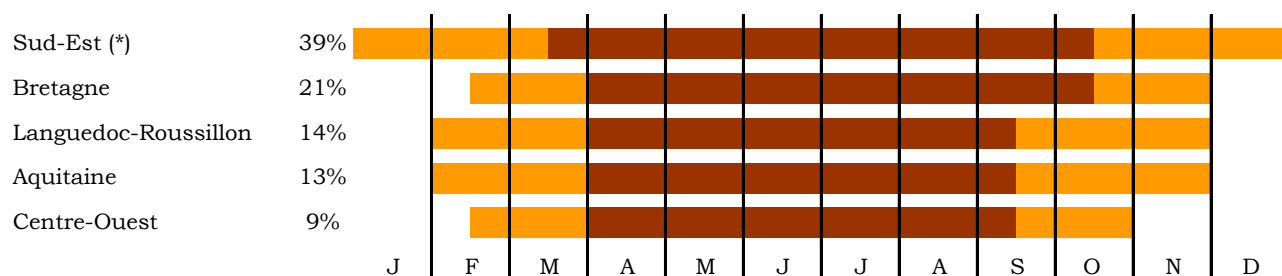
En raison de problèmes techniques, nous ne sommes pas en mesure de publier les informations relatives au commerce extérieur de ce produit pour le mois de janvier 2005. Ces données vous seront donc communiquées avec celles du mois de février 2005 dans la Note Economique du mois prochain.

Tomate

(Campagne française février - novembre 2005)

1. PRODUCTION

Calendrier de la production de tomate par région



(*) hors Languedoc-Roussillon

Source : CTIFL, SAA provisoire 2004

Evolution des surfaces sous serre par rapport à 2004

(en ha)

	France
2005	2 011
2004	2 097
2005 / 2004	-4,1%

Données mars 2005

Evolution des productions sous serre par rapport à 2004

(en t)

	France	
	Grappe	Total
2005	339 577	592 493
2004	328 339	579 200
2005 / 2004	3,4%	2,3%

Source : SCEES

2. COMMERCIALISATION (Période du 21 mars au 15 avril 2005)

Dans le contexte d'une reprise d'activité assez lente après le week-end de Pâques, le marché de la tomate suscite un peu plus d'inquiétude en semaine 13 (29/03 au 1/04) en raison d'une demande peu présente et d'une production qui monte progressivement en puissance.

A l'import, la concurrence du Maroc et de l'Espagne se fait aussi plus gênante, malgré une qualité très quelconque des produits. Le commerce est donc difficile. Il y a peu de ventes françaises sur les marchés et les prix sont en baisse sensible par rapport aux semaines précédentes.

En semaine 14 (4 au 8/04), l'offre est encore en progression constante dans le Sud-Est. Les ventes sont toujours difficiles du fait d'une concurrence interrégionale importante et d'une demande qui ne semble pas encore complètement positionnée sur le produit français.

En vrac comme en grappe, les stocks sont donc en hausse régulière alors que les opérateurs commerciaux attendent que le commerce s'oriente plus nettement sur l'offre nationale. De même, le marché est aussi compliqué en tomate cerise et tomate cocktail avec là aussi un effritement des prix.

Au fil des jours, l'activité est de fait globalement passable, même si le produit s'est un peu mieux vendu que lors de la semaine 13 (29/03 au 1/04).

En Bretagne, l'écoulement est plus fluide en raison d'un disponible plus réduit et d'une installation plus tranquille, mais là aussi trop faible du point de vue de la production, dans les linéaires. Les prix sont toutefois globalement maintenus, même s'il est difficile de faire monter les prix au dessus de ceux de la concurrence des autres régions de productions européennes limitrophes.

Le marché de la semaine 15 (11 au 15/04) redémarre sur un rythme encore ralenti avec des ventes toujours limitées, même s'il y a, malgré tout, eu quelques commandes.

Bon gré, malgré, les mises en place de la tomate se font plus importantes car le produit français est désormais plus présent. Les ventes sont légèrement plus importantes même si les cours sont toujours repliés sur l'ensemble de la gamme en raison de la présence d'une certaine concurrence entre les différentes régions de production. En milieu de semaine, le marché commence donc à devenir plus actif en vrac et encore difficile en grappe dans la mesure où la Bretagne semble avoir des resserres plus importantes cette semaine.

La concurrence du Maroc et de l'Espagne est aussi légèrement moins présente en ce moment, même s'il n'est pas exclu que l'on puisse observer une réactivation des plantations marocaines et un regain de l'offre espagnole dans les semaines à venir. Sur le marché de St Charles, les importations marocaines ont beaucoup baissée cette semaine (300-400 t/j contre près de 1400 t/j fin mars) et au cours des deux semaines précédentes, ce qui s'expliquerait par une dégradation de la qualité.

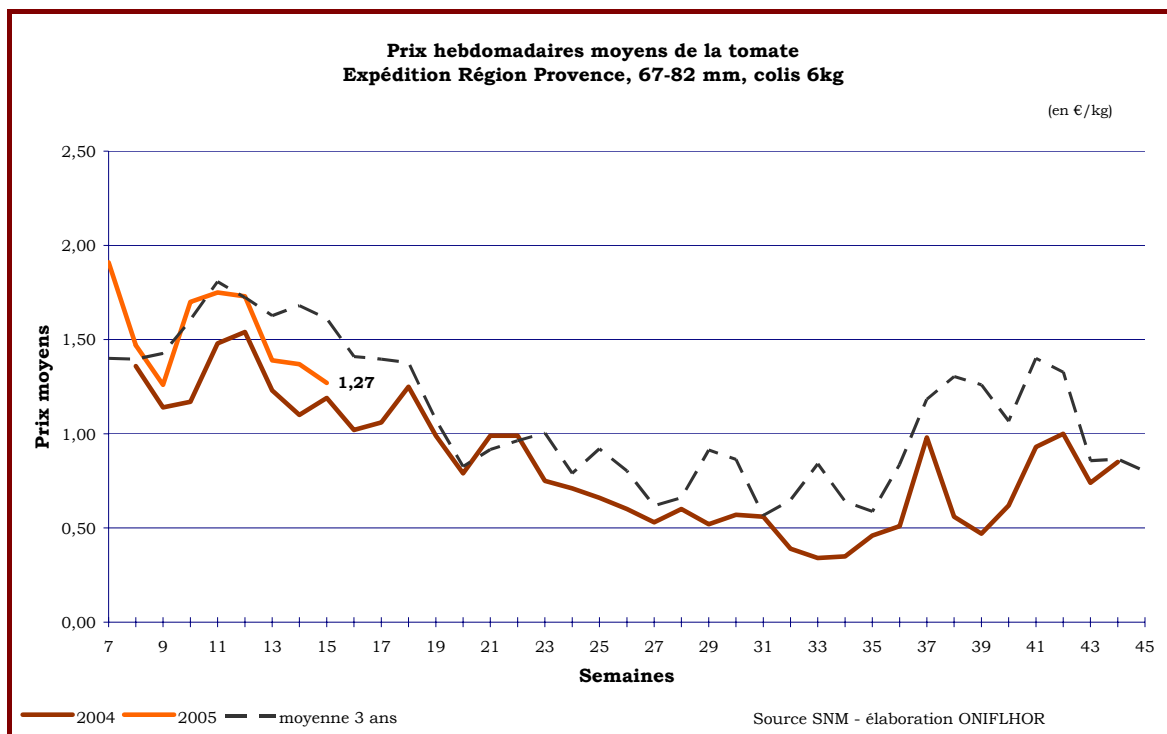
Selon le SNM, le cumul des volumes marocains importés depuis le début de l'année (91 400 t) est tout de même en hausse de 24 % par rapport à la campagne précédente qui était relativement élevée en quantité. En provenance d'Espagne, le cumul des introductions (27 600 t) accuse par contre un recul de 41 % sur la même période de l'année 2004.

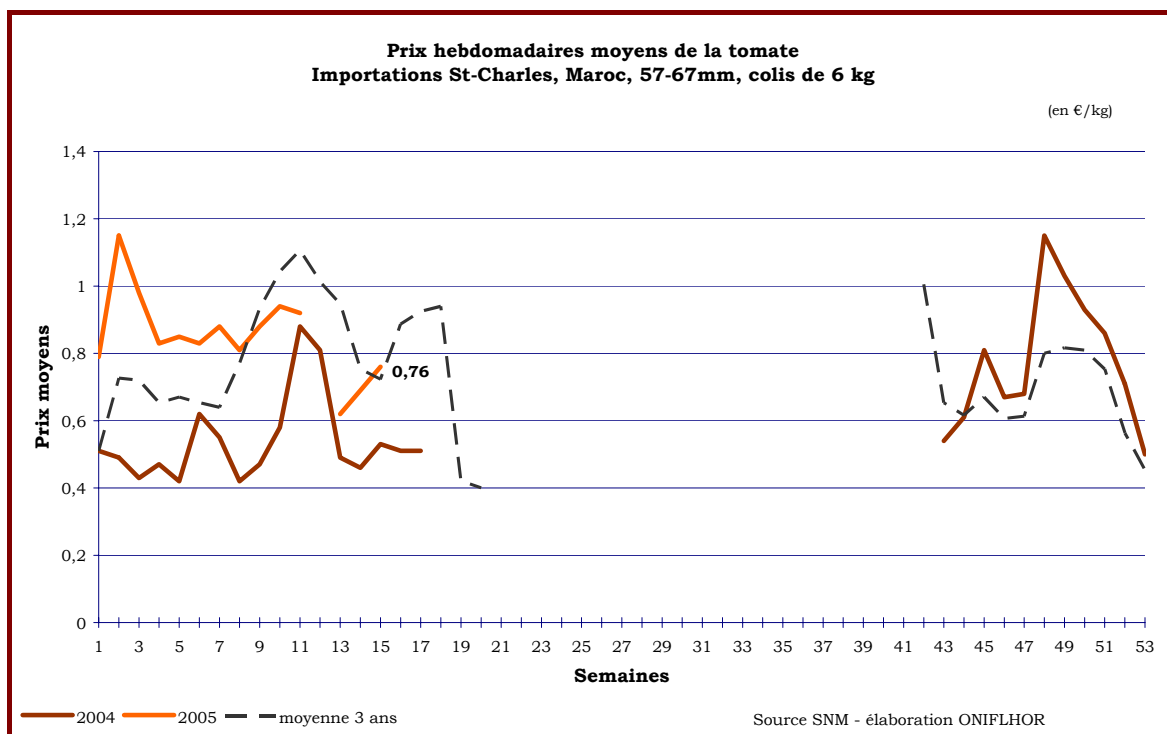
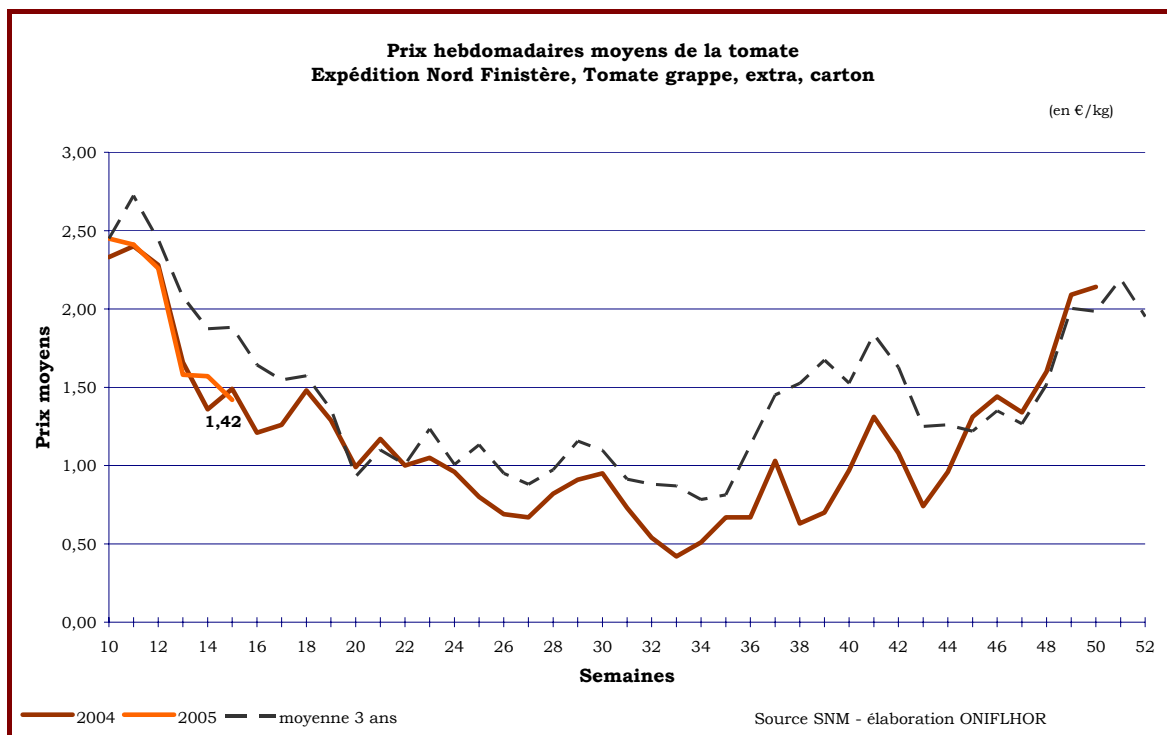
Sans être catastrophiques, les cours sont encore cependant difficilement maintenus, même si l'on observe une forte baisse en grappes standard espagnoles et marocaines qui sont désormais beaucoup moins demandées. On attend donc avec une certaine impatience l'arrivée d'une météo plus favorable à la consommation et une relance de la demande sur ce produit.

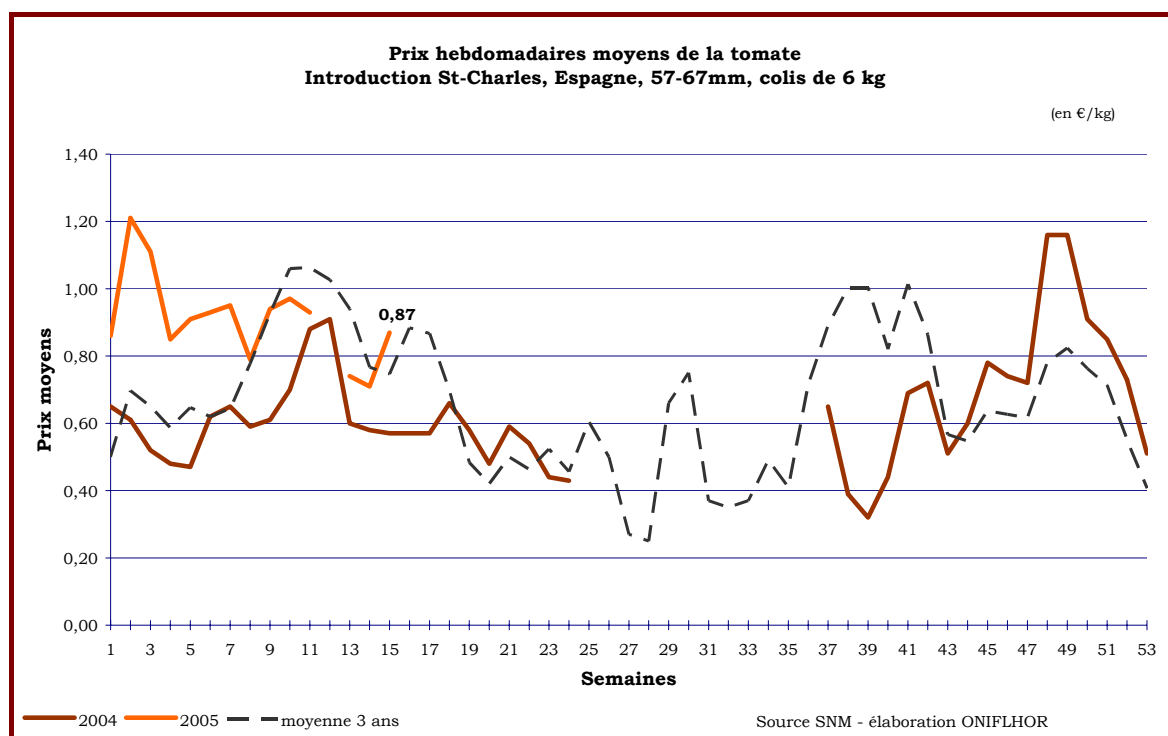
3. PRIX MOYENS

	S12	S13	S14	S15
Prix moyens Production <i>Chateaubrenard</i> ronde 67-82 mm, vrac	1,79 €/kg	1,52 €/kg	1,38 €/kg	1,37 €/kg
Prix moyens Expédition <i>Provence</i> ronde 57-67 mm, cat.I, colis de 6 kg ronde grappe, extra, carton	1,70 €/kg 2,00 €/kg	1,39 €/kg 1,44 €/kg	1,32 €/kg 1,41 €/kg	1,24 €/kg 1,37 €/kg
Prix moyens Importation <i>Espagne</i> ronde 57-67 mm, cat.I, colis de 6kg	n.d.	0,74 €/kg	0,71 €/kg	0,87 €/kg
Prix de détail Tomate ronde 67-82 mm, vrac (le kg) Prix moyen de la semaine Taux de présence en GMS	2,53 €/kg 31%	2,36 €/kg 29%	2,37 €/kg 28%	2,29 €/kg 28%
Tomate ronde grappe, vrac (le kg) Prix moyen de la semaine Taux de présence en GMS	3,05 €/kg 96%	2,85 €/kg 97%	2,67 €/kg 99%	2,51 €/kg 99%

Source : SNM







4. CONSOMMATION (Période du 27 déc. au 20 mars 2005)

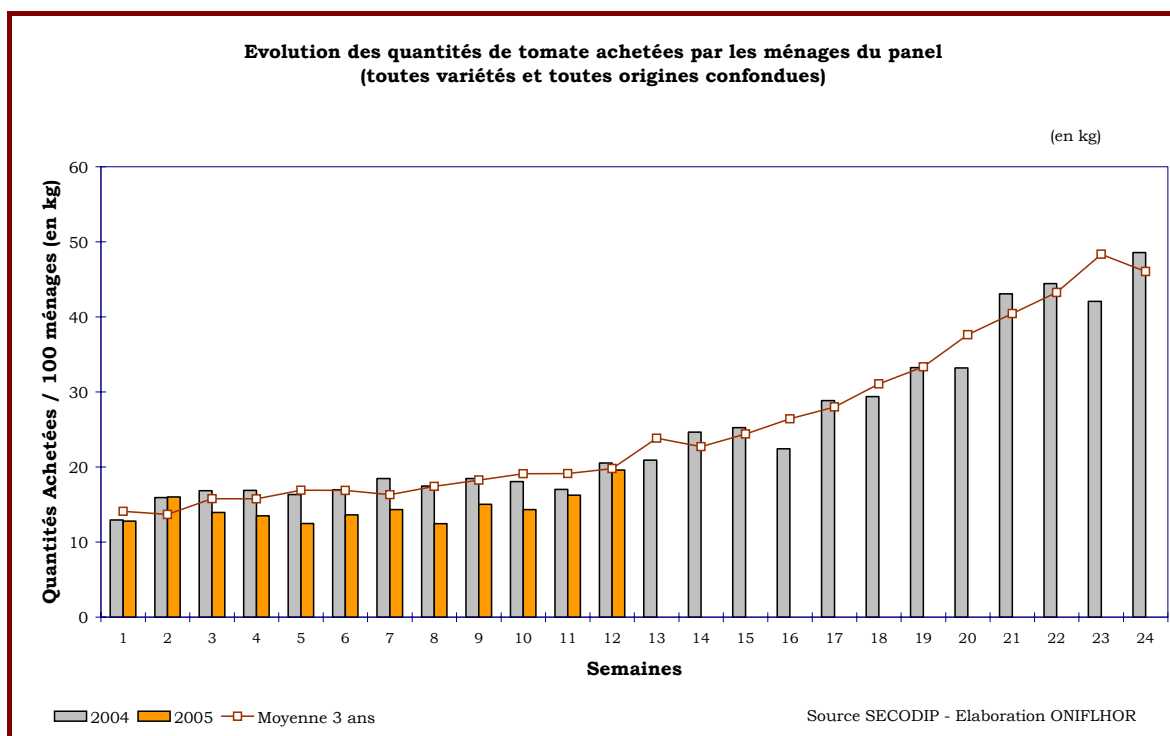
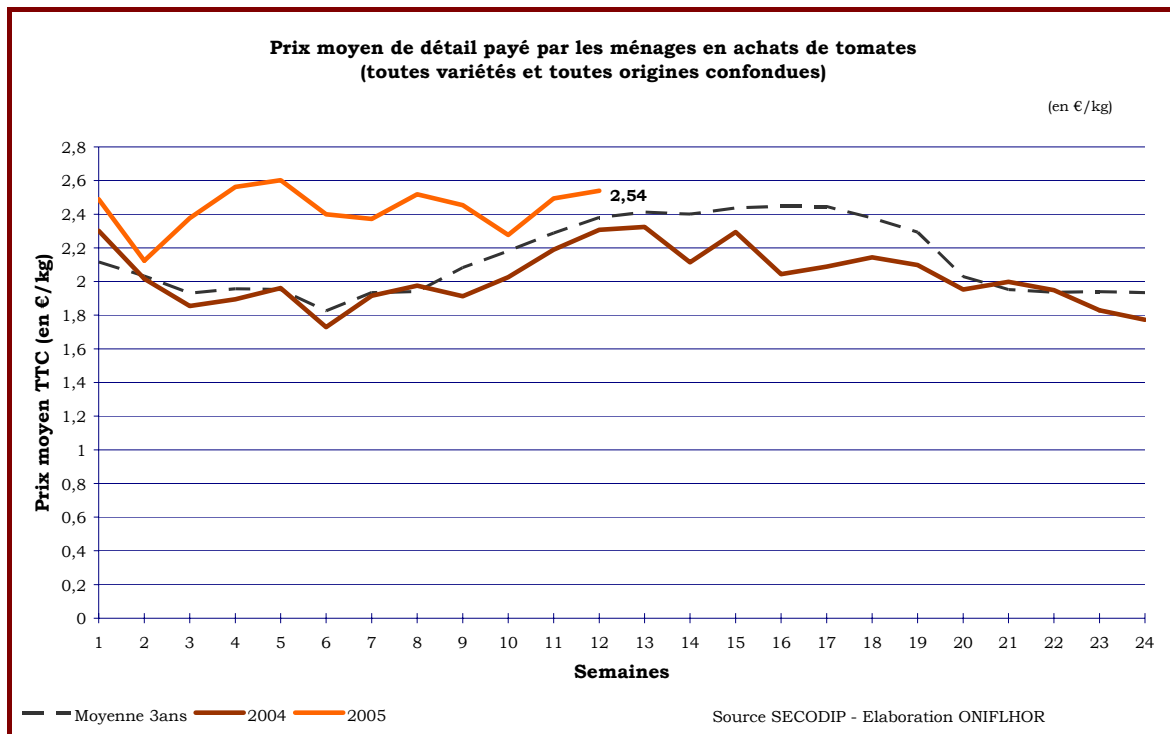
Afin d'améliorer la fiabilité des résultats, le panel consoscan TNS SECODIP évolue en 2005. La méthode de relevé des achats change (utilisation d'un palm pilote au lieu d'une scanette) et la taille de l'échantillon passe de 3 000 à 4 500 panélistes. Ces changements ont un impact sur les résultats et peuvent entraîner un réajustement des données antérieures qui ont été retraitées par TNS SECODIP.

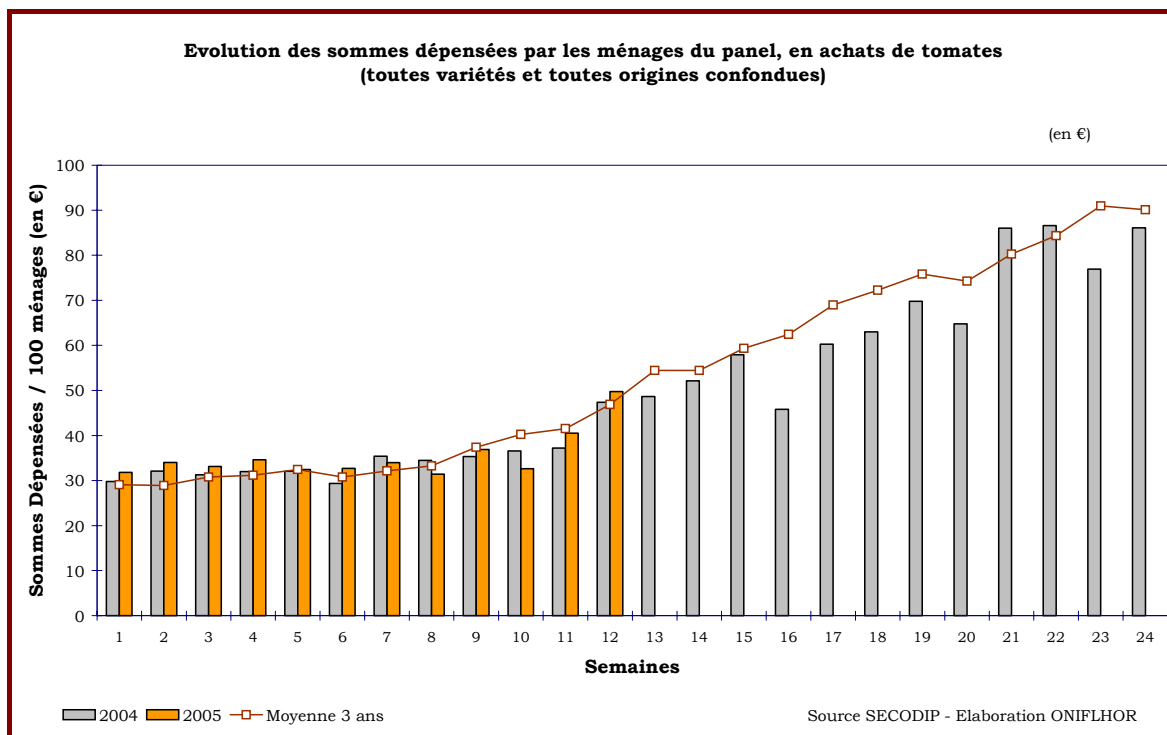
Sur les 2,5 premiers mois de l'année 2005, les achats de tomates (toutes origines et toutes variétés confondues) sont nettement inférieurs (-15,3 %) à ceux de la même période de 2004, et diminuent de 14,2 % par rapport à la moyenne 01/04. Dans le détail, le recul des volumes achetés s'observe surtout de mi-février à début mars : période de froid et de déficit d'offres.

Les prix moyens hebdomadaires cumulés, sont largement supérieurs à 2004 et à la moyenne des 4 dernières campagnes. Cette hausse a pu engendrer une faible demande car à partir du 24 janvier, on note une baisse importante du nombre d'acheteurs (entre - 4 et - 6 points) et du niveau moyen d'achat.

Les prix "hausseurs" n'ont pas compensé la faiblesse des achats, entre janvier et mi-mars 2005, car les sommes dépensées par les ménages sont moindres de 2,6 % par rapport à la même période en 2004 mais également par rapport à la moyenne 01/03 (-2,2%).

(La semaine 53 équivaut à la 1^{ère} semaine de la 1^{ère} période de SECODIP)





	Nombre de foyers acheteurs* de tomates dans le panel, en % (toutes origines et toutes variétés confondues)					
	2001	2002	2003	2004	2005	moyenne 01/04
1ère période (du 27 décembre au 20 janvier - Sem 53 à 3)	44,8	43,7	45,5	45,9	42,4	45,0
2ème période (du 24 janvier au 20 février - Sem 4 à 7)	51,41	46,9	46,0	48,4	41,4	48,2
3ème Période (du 21 février au 20 mars - Sem 9 à 12)	55,64	48,5	55,5	52,5	48,0	53,0

* nombre de foyers dans le panel SECODIP qui ont acheté au moins 1 fois le produit dans la période considérée

5. ECHANGES EXTERIEURS

En raison de problèmes techniques, nous ne sommes pas en mesure de publier les informations relatives au commerce extérieur de ce produit pour le mois de janvier 2005. Ces données vous seront donc communiquées avec celles du mois de février 2005 dans la Note Economique du mois prochain.