

COURS À L'EXPÉDITION au DÉPART du SUD-EST

Synthèse novembre 2019

POMME



Une activité toujours réduite

La situation évolue peu par rapport au mois précédent avec un faible volume de vente, inférieur à la campagne précédente pour la même période. Malgré la diversité des variétés, le produit subit tout au long de ce mois une morosité commerciale importante. Les sorties sont limitées, particulièrement en Golden, tant sur le marché français qu'europpéen.

Le manque de consommation, particulièrement marqué cette année, et la vive concurrence européenne sont les principaux facteurs de méventes. Seules les actions de mise en avant ou autres promotions génèrent un petit flux de vente régulier en grande distribution. L'arrivée de la Pink Lady, commercialisée à partir du 6 novembre, dynamise les ventes de nombreuses stations d'expédition pendant la première quinzaine du mois. Elle permet de compenser le recul d'intérêt vis-à-vis des variétés traditionnelles (Golden, Gala, Granny). Par contre, en deuxième partie de mois, l'engouement de la demande pour cette pomme semble plus difficile à satisfaire, comparativement aux précédentes années. Sa qualité parfois hétérogène suivant les secteurs de production, suite à une récolte dans de mauvaises conditions climatiques, réduit les transactions. La mouche méditerranéenne plus présente cette année a affecté quelques lots de Golden mais également la Pink Lady, principalement dans les Bouches-du-Rhône et le Vaucluse.

A destination des marchés européens, les variétés comme la Golden subissent la vive concurrence des pays du nord de l'Europe avec des prix plus attractifs.

Quant au grand export, le rythme demeure soutenu et régulier avec une demande concentrée sur la Gala, la Granny et la Pink Lady.

Les prix restent bas par rapport à 2018 avec une baisse particulièrement marquée en Golden (-12% sur 1 an).

	Prix départ station, en €/kg		
	GALA cal. 170-200 g plateau 1 rang	GOLDEN cal. 170-200 g plateau 1 rang	GRANNY cal. 170-200 g plateau 1 rang
Novembre 2019	0,96	1,01	0,96
Octobre 2019	0,94	1,04	1,01
Novembre 2018	1,01	1,15	1,07
Moy. 5 ans	0,96	0,93	0,99

RAISIN



Un commerce très décevant

Durant tout le mois, le commerce du raisin tourne au ralenti pour la majorité des opérateurs. Le manque d'animation commerciale est patent et les volumes sortis sont nettement insuffisants. L'activité vers les marchés de gros est également apathique avec de faibles réassorts. Le raisin noir régional doit faire face, non seulement à la concurrence du raisin d'importation, mais aussi à la production du Sud-Ouest à des prix plus attractifs. A cela s'ajoute le désintérêt du consommateur, dorénavant tourné vers les autres fruits de saison comme les petits agrumes. Le disponible mis en longue conservation est encore très important dans la plupart des stations et les négociants sont inquiets du manque de dynamisme qui risque de prolonger la campagne dans le temps. Les négociants devraient alors changer les plaquettes de soufre, indispensables à la longue conservation, et lors des sorties de chambre froide procéder à un triage et à un ciselage des grappes entraînant des coûts additionnels. Les cours 2019 sont nettement inférieurs à ceux de 2018 à la même période : - 19 % en Alphonse Lavallée et - 21 % en Muscat. Ils sont également bien inférieurs à la moyenne quinquennale de près de 18 % en Muscat et de 17 % en Alphonse Lavallée.

Tenant compte du disponible encore important en conservation frigorifique, le Réseau des Nouvelles des Marchés décide de poursuivre la cotation expédition Sud-Est et Sud-Ouest jusqu'aux fêtes de Noël (S51), à raison d'une cotation hebdomadaire.

	Qté en tonne	Prix départ station, en €/kg	
		Muscat cat I frigo	Lavallée cat I frigo
Novembre 2019	1 675	2,43	2,05
Octobre 2019	5 974	2,60	2,00
Novembre 2018	903	3,09	2,54
Moy. 5 ans	/	2,96	2,47

SALADE



Des prix et des quantités qui expriment un marché porteur

La campagne démarre avec un retard de près de 15 jours sur la campagne précédente. Les producteurs régionaux retardent volontairement leurs plantations d'automne pour les deux raisons suivantes : d'une part, les productions d'été sous abris sont prolongées le plus loin possible pour répondre à un marché de plus en plus favorable aux origines France des différents légumes encore produits sur cette période : courgette, tomate, poivron, aubergine et salade, d'autre part, le marché d'automne de la salade est compliqué depuis plusieurs campagnes avec une concurrence accrue entre les productions du périmètre européen. Malgré tout, la conjoncture de novembre est porteuse et engendre des niveaux de prix soutenus dès le début de mois. Les flux de ventes se développent très fortement sur la France et les pays importateurs européens qu'à la mi-novembre. Il faut remonter à novembre 2013 pour retrouver les mêmes quantités expédiées. Les coupes prennent de l'avance sur le développement des cultures et accentuent l'aspect tendu du marché (offre tout juste suffisante pour honorer les commandes). Les trois variétés de références obtiennent ainsi des

cours de près de 57 % supérieurs à la moyenne quinquennale.

	Qté vendue en nb de têtes	Prix départ station, en €/pièce		
		Batavia blonde	Lollo rossa	feuille blonde
Novembre 2019	28 862 542	0,72	0,65	0,72
Octobre 2019 nc		nc	nc	nc
Novembre 2018	15 145 000	0,70	0,52	0,66
Moy. 5 ans	/	0,43	0,46	0,44

CLÉMENTINE CORSE



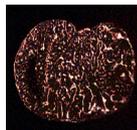
Un mois à flux tendu

La campagne de clémentine de Corse débute sous des températures encore élevées, qui ralentissent quelque peu la coloration et la maturation des fruits, l'amplitude de température entre la chaleur du jour et la fraîcheur de la nuit n'étant pas encore optimale. Puis, plusieurs épisodes méditerranéens intenses occasionnent de fortes précipitations. Ces pluies intermittentes freinent une récolte déjà annoncée comme largement déficitaire : vraisemblablement moins de 24 000 t eu égard aux plus de 30 000 t commercialisées en 2018. En cause notamment, les intempéries du printemps dernier avec de fortes précipitations de mars à mai qui ont gêné la nouaison. Une forte proportion de gros calibres est également constatée avec des calibres 1, 2 et 3 dominants. La majorité de cette offre qui ne progresse que très graduellement dans un premier temps est engagée vers les centrales d'achat qui absorbent l'essentiel des quantités disponibles. L'écoulement est très rapide, hormis vers les marchés de gros, moins présents. La situation reste identique tout au long du mois, avec une présence forte des GMS, des grossistes assez peu présents, et une offre qui ne suffit pas à satisfaire les besoins des acheteurs.

Les cours s'ajustent à la marge sur des prix fixés par les actions. Toutefois, ils sont supérieurs à ceux de 2018 (de + 7,25 % à + 10 %) et très largement supérieurs à la moyenne quinquennale (de + 11,30 % à + 21,85 %).

	Qté	Prix départ station, en €/kg		
		Cal.2	Cal.3	Cal.4
Novembre 2019	6 650	2,84	2,66	2,51
Octobre 2019	-	-	-	-
Novembre 2018	6 040	2,61	2,48	2,28
Moy. 5 ans	/	2,51	2,39	2,06

TRUFFE



Un début de campagne peu prometteur

Le premier marché de Carpentras a lieu le vendredi 15, en présence d'une quinzaine de vendeurs et de nombreux acheteurs. Avec 50 kg, la qualité des truffes est hétérogène et les acheteurs attentifs ne se précipitent pas. Cette qualité variable avec une dominante de lots moins matures va durer jusqu'à la fin du mois et se traduit par une fourchette de prix très large. Les transactions s'échelonnent de 200 €/kg pour les plus basses, jusqu'à 600 €/kg pour les meilleurs lots. Les volumes présents sont également faibles à chaque marché. La forte pluviométrie de novembre sature les sols en eau et freine le cavage (récolte des truffes), et la sécheresse de l'été n'augure pas d'une bonne suite de la campagne. L'offre du Sud-Est en ce début de campagne est en nette diminution par rapport à la campagne précédente et se rapproche de celle de novembre 2017, année particulièrement difficile pour la truffe. La faiblesse du marché espagnol, avec des truffes pas encore mûres, n'a pas d'incidence sur la demande en Provence qui reste attentive à la qualité.

Le prix moyen de la truffe, pour ce mois de novembre, est supérieur de 6 % à la moyenne quinquennale, alors que les volumes échangés restent faibles.

Marché de production de CARPENTRAS (84)	Offre marché en kg	Prix production en €/kg	
		TUBER MELANOSPORUM	
Novembre 2019	140		286
Octobre 2019	-		-
Novembre 2018	310		257
Moy. 5 ans	/		270

COURGE



Un marché fluide en butternut et potimarron, lent en muscade

Les cueillettes sont maintenant totalement terminées sur l'ensemble de la gamme. La courge Butternut, avec une offre disponible importante, demeure sur des cours stables avec un écoulement régulier. Ce n'est pas la même situation pour la courge muscade, où les opérateurs insatisfaits par une demande insuffisante axent l'essentiel de leur activité sur les tranches. Ils évoquent une mise en consommation tardive (manque de froid) et espèrent une amélioration des flux de ventes en janvier. Les cours baissent dans le vrac et certains producteurs sont inquiets. Par contre, la courge potimarron profite d'un écoulement fluide et sa campagne est d'ores et déjà terminée sur la région, laissant le marché notamment aux origines bretonnes.

	Prix départ station, en €/kg		
	Courge muscade	butternut	potimarron
Novembre 2019	0,40	0,71	1,01
Octobre 2019	0,43	0,72	1,01
Novembre 2018	-	-	-
Moy. 5 ans	/	/	/

BILAN de campagne MELON 2019

Encore une campagne difficile, perturbée par la météo

Le melon régional, habituellement plus précoce que ses concurrents nationaux, n'a pas pu tirer parti de cet avantage de calendrier : il est arrivé sur les étals en même temps que celui des autres régions, elles-mêmes en avance. A nouveau cette année, les conditions météorologiques ont fortement pénalisé le marché du melon. Le cours moyen 2019 n'est pas meilleur que la moyenne quinquennale, elle-même relativement basse après plusieurs années difficiles.

La campagne melon démarre le **12 juin** avec deux semaines de retard par rapport à la campagne de 2018. Les mauvaises conditions météorologiques du printemps ont entraîné des pertes de rendement et ralenti le mûrissement. Le commerce est compliqué avec une consommation qui tarde à se positionner sur le produit en raison de la fraîcheur des températures. Les volumes sont limités et les centrales d'achat ne trouvent pas les quantités nécessaires pour ouvrir les lignes. Elles restent alors axées sur le produit espagnol. Les petits calibres 15 et 18, majoritaires, sont invendables et les opérateurs manquent de calibre 12, cœur de gamme. Dans la dernière semaine du mois de juin, la situation s'inverse : l'arrivée du très beau temps dynamise les ventes. Cependant, les volumes ne sont pas suffisants et les plantes qui ont souffert du printemps froid et pluvieux n'ont pratiquement pas de fruits. L'offre est déficitaire, le melon manque et les opérateurs peinent à honorer leurs commandes. Les engagements négociés sur des prix bas absorbent la majorité des volumes. Dans les autres circuits commerciaux les cours remontent logiquement. Les opérateurs parlent d'un début de campagne « historiquement bas » en termes de quantités : les volumes sont inférieurs de 50 % à ceux de 2018.

Alors que les premiers jours du mois de **juillet** voient encore une offre limitée face à une demande bien présente, la situation s'inverse totalement : les volumes arrivent à maturité dans l'ensemble des régions productrices et se télescopent. Ainsi, mi-juillet, la production nationale quotidienne dépasse largement (d'environ 40%) les besoins de la consommation, avec des sorties de magasins qui ne suffisent pas à absorber le disponible. Ce profond déséquilibre entre l'offre et la demande, amplifié par le melon espagnol toujours présent sur les étals, entraîne des reports de stocks conséquents dans les stations d'expédition. Les cours chutent de près de 50 % en quelques jours et le melon subit une crise conjoncturelle constatée par FranceAgrimer du 18/07/2019 au 24/07/2019 (5 jours de crise).

A partir de là, les cours demeurent inférieurs à la moyenne quinquennale, frôlant parfois le seuil de crise conjoncturelle sans le franchir. Le redressement des cours, de courte durée, correspond davantage à un assainissement du marché après destruction des stocks, qu'à une réelle reprise d'activité.

La demande demeure ensuite insuffisante et la consommation ne se porte pas sur le melon, bien que l'offre amorce un repli après le pic atteint **mi-août**. Le consommateur se détourne du melon au profit des autres fruits et légumes de saison et certains opérateurs arrêtent prématurément la commercialisation. Les cotations de la région Sud-Est s'achèvent dans ce contexte le **7 septembre**. La production régionale de la campagne, estimée à près de 45000 tonnes, est en hausse de 14 % par rapport à l'année 2018.

Les cours moyens 2019, tous calibres confondus, sont comparables à la moyenne quinquennale, elle-même relativement basse après une succession d'années décevantes. Le même télescopage de calendrier avait déjà pénalisé les prix en 2015, 2017 et 2018.

BILAN de campagne POIRE D'ETE 2019

Un début de campagne tardif

Un été particulièrement chaud, accompagné de courtes périodes de canicule, n'a pas eu réellement d'incidence sur le verger. Les toutes premières commercialisations de la poire Guyot interviennent la troisième semaine du mois de juillet. Au début de la campagne, la consommation est essentiellement positionnée sur les fruits à noyaux (Abricots, Pêches, Nectarines...). Dans un contexte de forte concurrence des fruits d'été, la Poire Guyot peine à s'installer en rayon. A partir de la fin du mois d'août et du début septembre, la demande est plus dynamique et la consommation se positionne enfin sur le produit. Cette dernière ne faiblira pas jusqu'au terme de la campagne régionale de la poire d'été, à la fin du mois de septembre.

La commercialisation de la poire d'été démarre fin **juillet** (semaine 30), avec une semaine de retard par rapport à la campagne 2018. La mise en marché de la Guyot est particulièrement difficile en raison de la forte présence en rayon des autres fruits d'été. Les toutes premières opérations et les mises en avant de la grande distribution ont lieu dans la deuxième quinzaine du mois d'**août**. Ce qui a favorisé le développement de la commercialisation et dynamisé la consommation. Dès le mois de **septembre**, la demande devient plus active avec la rentrée scolaire et le retour de la restauration collective. Progressivement, la baisse de l'offre en fruits d'été participe à une meilleure implantation de la Poire sur les rayons. Peu à peu, la variété Williams remplace la Guyot et devient la variété dominante. A cette période de la campagne la Poire d'été n'entre pas encore en concurrence avec les autres régions de production (Sud-Ouest et Val de Loire) dont les variétés comme la Comice et la Conférence arrivent plus tard. Les prix moyens de la campagne sont supérieurs de 12 % pour Guyot et de 16 % pour Williams par rapport à la moyenne quinquennale. La dernière cotation à l'expédition de la région Sud-Est est le vendredi 27 septembre 2019.



Direction Régionale de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Forêt
Service Régional de l'Information Statistique et Économique - (SRISE)
132 bd de Paris - CS 70059 - 13331 MARSEILLE CEDEX 03
Tél. : 04 13 59 36 00 Fax : 04 13 59 36 32
<http://draaf.paca.agriculture.gouv.fr/> Courriel : srise.draaf-paca@agriculture.gouv.fr

Réseau des Nouvelles des Marchés - Centre RNM d'Avignon-Cavaillon-Chateaufort
Quartier Cantarel BP 70095 84143 MONTFAVET CEDEX
Tél. : 04 13 39 31 00 Fax : 04 13 39 31 01 <http://www.rnm.franceagrimer.fr>

Directeur régional : Patrice de Laurens
Directrice de la publication : Nadine Jourdan
Rédacteurs : Régis Loiseau, Frédéric Chiron,
Christine Doire, Stéphanie Guyon, Éric-Paul Mallet,
Véronique Baux, José Robert, Vincent Wauthier.
Composition : RNM
Impression : DRAAF-PACA
Dépot légal : à parution
ISSN : en cours