



## Sur les huit premiers mois de la campagne 2016-2017, les exportations françaises de pommes reculent nettement

**Les huit premiers mois de la campagne de commercialisation 2016-2017 de la pomme s'inscrivent sur fond de repli des exportations françaises. Ce recul intervient dans un contexte de baisse des récoltes et des stocks européens sur un an. Les cours se maintiennent en hausse par rapport à la moyenne des cinq dernières années même s'ils accusent un tassement sur les derniers mois. Conséquence de la baisse de récolte, le chiffre d'affaires s'érode légèrement sur un an et par rapport à la moyenne quinquennale.**

### En 2016, la production française recule pour s'établir en deçà du niveau moyen 2011-2015

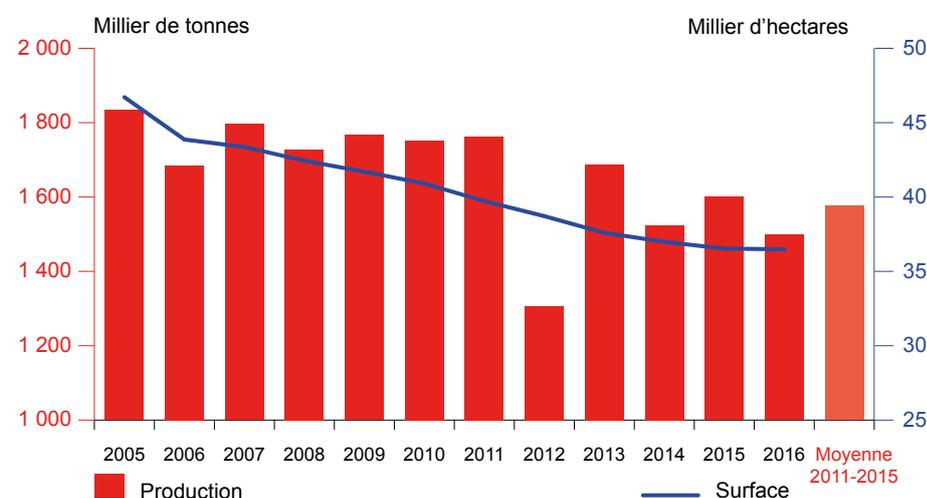
En 2016, la production française de pommes (1,5 Mt) se réduit sur un an (- 6 %), se situant 5 % au-dessous du niveau moyen des cinq dernières campagnes. La baisse de la production concerne plus particulièrement les variétés Granny (- 18 %) et Golden (- 8 %). Les territoires de l'Ouest de la France ont été nettement impactés par le climat défavorable du printemps 2016 : Pays de la Loire, Aquitaine et Limousin (floraison défectueuse) et Centre (gelée destructrice). La sécheresse exceptionnelle de la fin d'été a, en outre, accentué la baisse de la production dans la majorité des zones productrices.

D'après les estimations de Prognosfruit réalisées au mois d'août 2016, la production de pommes se contracte globalement également sur un an au niveau européen (- 3 %), essentiellement les variétés Golden et

Gala (respectivement - 7 % et - 4 %), qui sont par ailleurs les principales variétés cultivées en France. Malgré cette baisse, la production européenne dépasse de 6 % la moyenne

2011-2015. Les productions belge et portugaise de pommes chutent de près de 20 % sur un an, alors que celles de la Pologne et de l'Allemagne gagnent respectivement + 4 % et

### En 2016, la production de pommes s'établit sous le niveau moyen des cinq dernières années



Champ : France métropolitaine.  
Source : Agreste

+ 8 %. Cette production s'inscrit dans un contexte de stocks européens supérieurs à la moyenne des cinq dernières années (+ 8 %) au 1<sup>er</sup> avril 2017, selon WAPA (The World Apple and Pear Association), en baisse toutefois de 5 % sur un an.

### Net recul des exportations de pommes françaises sur les huit premiers mois de la campagne 2016-2017

Sur les huit premiers mois de la campagne 2016-2017, d'août 2016 à mars 2017, les exportations françaises de pommes (402 458 t) se réduisent de 19 % sur un an et par rapport à la moyenne des cinq dernières campagnes. Les exportations vers l'UE reculent de 11 % sur un an, à 292 000 t, après une hausse lors de la campagne précédente. Le repli est encore plus marqué à destination du marché extracommunautaire (- 34 %), avec des ventes s'établissant à 110 000 t.

Parmi les principaux clients européens de la France, l'Allemagne, avec 28 900 t, diminue fortement ses achats de pommes (- 29 % sur un an et - 32 % par rapport à la moyenne des cinq dernières campagnes). Dans ce pays, le disponible en pommes est élevé suite à la bonne récolte de 2016 (+ 8 % de stocks sur un an, au 1<sup>er</sup> avril 2017), notamment en variété Golden. Les exportations françaises vers les Pays-Bas reculent également fortement, à 20 800 t, soit - 28 %. Les ventes à l'Espagne se réduisent, quant à elles, d'un quart, à 68 000 t, après

la hausse conjoncturelle de près de 50 % sur la campagne précédente, se rapprochant ainsi de la moyenne des cinq dernières campagnes (- 2 %), dans un contexte de marché intérieur peu actif, notamment en Golden. *A contrario*, les exportations vers le Royaume-Uni sont en légère hausse sur l'ensemble de la période (+ 2 %), atteignant 88 000 t. Seules les exportations vers l'Italie sont particulièrement dynamiques (+ 18 %, à 5 800 t), essentiellement sur les premiers mois de campagne.

Vers les pays tiers, la chute d'un tiers des exportations françaises sur les huit premiers mois de la campagne 2016-2017, prolonge en l'amplifiant la baisse de 8 % de la campagne 2015-2016. Ce recul touche notamment les ventes à destination du Moyen-Orient, après de nombreuses

### Les exportations françaises de pommes vers l'Espagne et l'Allemagne se replient fortement

	Campagne 2016-2017* (tonne)	Écart sur un an (%)
<b>UE</b>		
Royaume-Uni	88 081	2
Espagne	68 374	- 25
Allemagne	28 890	- 29
Belgique	29 773	- 9
Pays-Bas	20 817	- 28
<b>Pays tiers</b>		
Algérie	1 071	- 98
Émirats arabes unis	21 993	- 32
Arabie saoudite	19 255	- 10
Singapour	4 959	- 13

\* Août 2016 - mars 2017.

Source : DGDDI (Douanes)

années de croissance. À la suite de la fermeture du marché algérien aux importations de pommes étrangères, conséquence de la chute des cours du pétrole, les exportations françaises vers l'Algérie sont devenues quasiment nulles (- 98 % sur un an).

Les exportations de pommes reculent également sur un an vers l'Arabie saoudite et les Émirats arabes unis (respectivement - 10 % et - 32 %). Dans ces pays, la baisse des cours du pétrole a entraîné un ralentissement en 2016 de la croissance économique et de la consommation. Au total, les exportations françaises de pommes vers l'ensemble de ces trois destinations sont divisées par plus de deux en volume sur un an, passant de 92 000 à 42 000 t. Enfin, moins importantes en volume, les exportations vers la Libye et l'Égypte plongent respectivement de 73 % et 55 %.

En direction de la Chine, les exportations décrochent de 41 % sur un an, à 1 454 t, dans un contexte de concurrence accrue depuis l'ouverture du marché chinois aux pommes polonaises. La baisse sur un an atteint également Singapour (- 13 %). Après avoir triplé en cinq ans et représenté près de 4 % des exportations françaises, les ventes à destination du groupe Chine - Singapour - Hong Kong marquent le pas.

Enfin, en raison de la prolongation de l'embargo alimentaire russe instauré en août 2014, les exportations françaises vers la Russie, qui représentaient 3 % des exportations totales de la France en 2013-2014 (environ 15 000 t sur les huit premiers mois de campagne), demeurent nulles.

### L'excédent commercial recule en volume et en valeur sur les huit premiers mois de la campagne 2016-2017

Parallèlement, sur les huit premiers mois de la campagne 2016-2017, les importations françaises en volume de pommes de l'Union européenne augmentent par rapport à la même période de la campagne précédente (+ 7 % sur un an), essentiellement en provenance d'Espagne (+ 32 %). S'agissant des importations issues des pays tiers (Afrique du Sud,

### Sur les huit premiers mois de la campagne 2016-2017, chute de plus d'un tiers des exportations de pommes vers les pays tiers

	Campagne 2016-2017 (août 2016 - mars 2017)	Écart sur un an (%)	Écart par rapport à la moyenne sur cinq ans (%)
	(tonne)		
Importations	105 930	7	- 3
en provenance de l'UE	83 172	9	- 7
en provenance des pays tiers <sup>1</sup>	22 758	2	13
Exportations	402 458	- 19	- 19
vers l'UE <sup>2</sup>	292 092	- 11	- 10
vers les pays tiers <sup>3</sup>	110 366	- 34	- 35
Solde	296 529	- 25	- 23
avec l'UE	208 921	- 18	- 11
avec les pays tiers	87 608	- 39	- 42

1. Dont les principaux partenaires : Chili, Afrique du Sud, Nouvelle-Zélande.

2. Dont les principaux partenaires : Royaume-Uni, Espagne, Allemagne, Belgique, Pays-Bas.

3. Dont les principaux partenaires : Algérie, Émirats arabes unis, Arabie saoudite, Russie.

Source : DGDDI (Douanes)

Amérique du Sud, Australie), les évolutions ne sont pas significatives à ce stade, la période principale de commercialisation ne débutant qu'en avril dans cette zone.

Sur les huit premiers mois de la campagne 2016-2017, l'excédent commercial français de la pomme chute d'environ un quart en volume par rapport à la campagne 2015-2016 et à la moyenne des cinq dernières années, s'établissant à 296 526 t, et de 15 % en valeur sur un an.

### Les cours de la pomme se maintiennent au-dessus de la moyenne sur cinq ans

En début de campagne de commercialisation 2016-2017, en septembre, les cours dépassent de 2 % (+ 14 % pour la Gala) les prix moyens 2011-2015 dans un contexte de stocks inférieurs à ceux de la campagne précédente, à la même période.

À partir d'octobre 2016, le marché intérieur s'étoffe avec une gamme progressivement élargie et une demande intérieure désormais bien installée sur les fruits d'hiver. À l'exportation, les ventes sont mieux orientées en Gala qu'en Golden ou Granny. Début novembre, le marché reste actif sur le plan national et extérieur. En décembre, l'offre concurrentielle en agrumes devenant importante, la demande intérieure en pomme se replie sur un an, sauf en variétés « Club » (notamment Pink Lady).

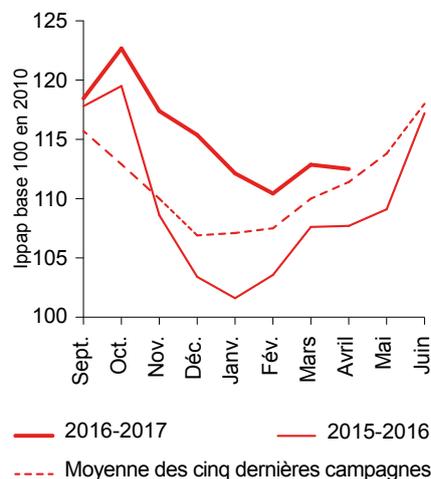
En janvier 2017, la demande se maintient en Gala, Granny et Pink Lady. Le marché de la Golden est plus difficile, notamment suite à la fermeture du marché algérien aux exportations françaises. En février, les sorties sont toujours favorablement orientées en variété Gala. Pour les

autres variétés, les ventes reculent nettement, notamment en Golden ou en Granny, cette dernière variété étant pénalisée par de petits calibres. Les cours de février sont supérieurs de 3 % à la moyenne 2012-2016, avec des disparités toutefois selon les variétés (Golden : - 3 %, Gala : stabilité, autres pommes : + 9 %).

En seconde partie de campagne, le déstockage ralentit et le marché devient un peu plus difficile. À partir de février 2017, les stocks, bien qu'inférieurs à ceux de la campagne précédente à la même époque, demeurent légèrement supérieurs à la moyenne des cinq dernières campagnes (+ 2 %). En avril, les cours se tassent légèrement pour certaines variétés, notamment en Golden (- 4 % comparé à la moyenne 2012-2016).

Sur l'ensemble des huit premiers mois de la campagne, les prix moyens s'accroissent de 6 % sur un an, tout en se situant 4 % au-dessus de la moyenne 2011-2015.

### Les prix des pommes demeurent supérieurs aux cours moyens sur les huit premiers mois de la campagne 2016-2017

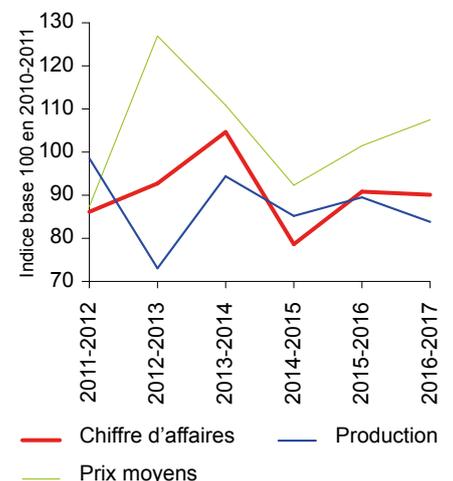


Source : Agreste

### Le chiffre d'affaires est en légère baisse sur un an

En cumul sur les huit premiers mois de 2016-2017 (septembre 2016 à avril 2017), le chiffre d'affaires national diminue légèrement (- 1 % sur un an) tout en se maintenant proche de la moyenne 2011-2015 (- 1 %), après une progression marquée lors de la campagne précédente. Ce recul modéré du chiffre d'affaires, qui s'explique par des prix en hausse compensant partiellement la diminution des quantités produites (- 6 %), varie fortement selon les zones. Les territoires Aquitaine et Centre enregistrent les plus fortes contractions de leur chiffre d'affaires (respectivement - 12 % et - 10 % sur un an), en raison de récoltes en nette réduction (- 22 % et - 19 % respectivement).

### Huit premiers mois de la campagne 2016-2017 : le chiffre d'affaires national diminue légèrement sur un an



Source : Agreste - Données sur les huit premiers mois de la campagne 2016-2017

## Sources, définitions et méthodes

DGDDI (Douanes) : données du commerce extérieur

Enquête de conjoncture fruitière du SSP : prévisions de productions et surfaces

Statistiques agricoles annuelles (SAA) du SSP : données historiques de production et surface

Prognosfruit : prévisions de productions européennes

Variable selon les années et les variétés, la récolte des pommes s'étale généralement entre août et novembre. La campagne de commercialisation des pommes s'étend, elle, d'août à juin de l'année suivant la récolte. Les cours d'août, correspondant au début de campagne, ne sont pas intégrés dans les indices de prix ou de chiffre d'affaires car les quantités mises sur le marché ce mois sont souvent non significatives. Les indices de prix ou de chiffre d'affaires sont calculés avec les derniers paramètres connus au moment de la réalisation de la publication.

### Pommes « club » :

Le club est une association qui réunit des acteurs d'une filière de l'amont à l'aval, liés entre eux par un système de licences et de contrats, mais aussi par une stratégie commerciale commune. La production, le conditionnement ainsi que la distribution doivent respecter un cahier des charges garantissant un niveau qualitatif élevé du produit. L'une des variétés les plus connues est la pomme Pink Lady®.

## Pour en savoir plus

Toutes les informations conjoncturelles et structurelles sur les fruits sont disponibles à parution sur le site Agreste de la statistique agricole : [www.agreste.agriculture.gouv.fr](http://www.agreste.agriculture.gouv.fr)

- dans la rubrique « Conjoncture - Fruits » pour les publications Agreste Conjoncture

### Les dernières publications Agreste parues sur le thème sont :

- « Production révisée à la baisse depuis la dernière prévision », Infos rapides Fruits-Pomme n° 6/6, novembre 2016
- « Stocks de pommes et poires : en poire, la campagne est presque achevée. En pomme, le rythme de déstockage suit son cours », Infos rapides Stocks Pommes-Poires n° 5/6, mai 2017
- « Sur les sept premiers mois de la campagne 2015-2016, les exportations françaises de pommes vers l'Europe se redressent et tirent les cours à la hausse », Synthèse Fruits n° 2016/284, avril 2016.

## Organismes et abréviations

DGDDI : Direction générale des douanes et des droits indirects

Ippap : indice des prix des produits agricoles à la production



## Agreste : la statistique agricole

**Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation**

**Secrétariat Général**

**SERVICE DE LA STATISTIQUE ET DE LA PROSPECTIVE**

3 rue Barbet de Jouy - 75349 PARIS 07 SP

Site internet : [www.agreste.agriculture.gouv.fr](http://www.agreste.agriculture.gouv.fr)

Directrice de la publication : Béatrice Sédillot

Rédacteur : Laurent Bernadette

Composition : SSP

Dépôt légal : À parution

© Agreste 2017

Cette publication est disponible à parution sur le site Internet de la statistique agricole

[www.agreste.agriculture.gouv.fr](http://www.agreste.agriculture.gouv.fr)