

## Des prix élevés qui ne reflètent pas le marché

Après une bonne saison 2020-2021, les producteurs augmentent leurs surfaces d'ail en 2021. Pour autant, la campagne de commercialisation s'avère plus compliquée que prévu. En effet, les conditions météorologiques lors de la production et lors de la phase de récolte ne sont pas optimales. Elles génèrent des difficultés de séchage et engendrent une baisse de qualité visuelle et sanitaire. De nombreux tris sont nécessaires pour rendre le produit commercialisable, les pertes en volumes sont conséquentes. De ce fait, l'offre restreinte implique des niveaux de cours élevés qui sont, pour l'ensemble de la gamme, de l'ordre de 40 à 50 % supérieurs à la moyenne quinquennale. Ces tensions sur les volumes et les prix permettent à la concurrence espagnole de prendre un maximum de parts de marché surtout au niveau des grossistes. Une campagne donc très difficile malgré les niveaux de prix pratiqués.

### GLOSSAIRE

AOP : appellation d'origine protégée quinquennal(e) : se réfère aux cinq campagnes 2016-2017, 2017-2018, 2018-2019, 2019-2020, 2020-2021  
SIQO : signe d'identification de qualité et d'origine



Retrouvez ce bilan sur notre site [RNM.franceagrimer.fr](http://RNM.franceagrimer.fr) en scannant ce QR code

## Faits marquants

### Conditions de production, de récoltes et de séchage difficiles

Pour les trois types d'aux, la période de production fait face à des aléas climatiques passant d'une phase sèche à un violent épisode de gel. La récolte est également plus longue qu'à l'accoutumée en raison des conditions pluvieuses. Plus d'un mois est nécessaire pour récolter les aux blancs et violets. Le séchage des premiers lots est rendu complexe : compte tenu de l'hygrométrie très importante, la perte de poids se fait très progressivement. Pour le blanc, on constate certains lots hétérogènes en qualité et en calibres en fonction des dates de récoltes. Pour le violet, les volumes sont corrects et les calibres importants. En ce qui concerne le rose, les calibres sont bons, mais les volumes sont en nette baisse après deux très bonnes années.

### Volume et qualité visuelle déficitaire, prix en hausse

Les conditions climatiques froides et pluvieuses des derniers mois impactent de manière significative les volumes commercialisables, malgré une légère augmentation surfacique rapportée par les dernières données statistiques. L'aspect visuel est également au cœur des préoccupations. L'ail blanc est plutôt jaunâtre. Une partie du rose Lautrec label rouge est souvent déclassée en rose du Tarn. Quant au violet, il peut manquer de

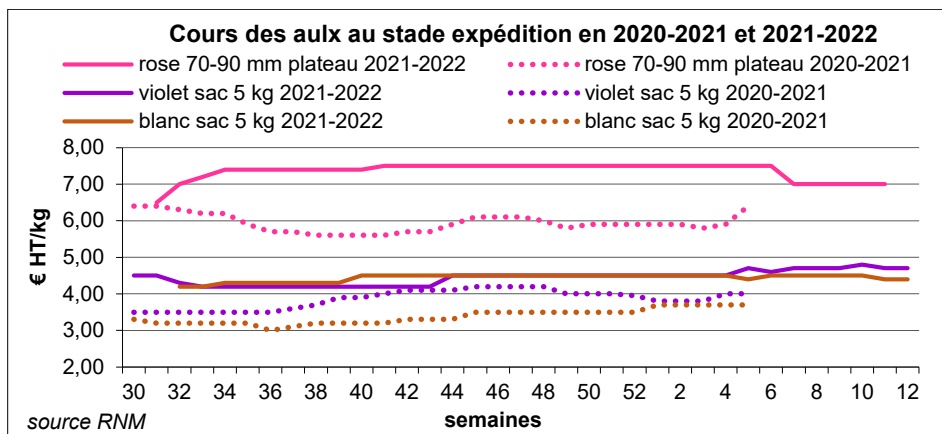
coloration. Ainsi lorsque le produit répond à tous les critères de qualité, les prix s'envolent et sont en moyenne supérieurs de 40 à 50 % par rapport aux années précédentes.

### Consommation de l'ail origine France

En 2021, la consommation des ménages en ail sec (toutes origines) est identique à la période de 2017 à 2019, mais en baisse par rapport à 2020, année du confinement. C'est ce que démontre l'enquête de Kantar Worldpanel en grande distribution (voir tableau en page 4). Si la grande distribution joue au mieux la carte de l'origine France, la problématique est tout autre auprès des grossistes. Dès le démarrage de la campagne, ceux-ci s'orientent vers l'offre ibérique en raison de son prix attractif mais également de sa qualité. Ainsi, les metteurs en marché se confrontent à une baisse de la demande, et par conséquent de la consommation pour le produit français.

### Un recensement agricole en 2020

Les premiers retours du recensement agricole de 2020 confirment les données observées par la statistique agricole annuelle sur la même année. La région Occitanie, dans sa composante du bassin Sud-Ouest, représente à elle seule 65 % de la production française d'ail sec. Les données provisoires de la statistique agricole pour 2021 indiquent une augmentation moyenne des surfaces de l'ordre de 9 %.



Les cours de l'ail durant une campagne de commercialisation ne fluctuent que très peu. Ce phénomène se vérifie sur l'année précédente. Cette saison est marquée par des cours historiquement élevés. Tous les prix sont plus hauts qu'en 2020 avec des cours atteignant plus de 30 % d'augmentation pour le rose, autour de 40 % pour le blanc et de 20 % pour le violet.

## SOMMAIRE

- Déroulement de la campagne page 2
- D'une campagne à l'autre page 3
- Prix au stade détail page 3
- Chiffres indispensables page 4

## Déroulement de la campagne

### Juillet

C'est avec huit à dix jours de retard que démarre la campagne de commercialisation de l'ail français, un produit plébiscité et attendu par les consommateurs. La grande distribution soutient la filière française, mais est exigeante afin d'accompagner cette commercialisation le plus longtemps possible. Pour autant, les conditions inadéquates de récolte, de séchage et les disparités de calibres entraînent de nombreuses incertitudes pour le commerce. Les premières transactions sur le marché libre ont lieu la dernière semaine de juillet avec l'ail violet, qui se négocie environ 30 % au-dessus des cours pratiqués lors de la campagne 2020.

### Août

Une période de dix à quinze jours est nécessaire afin d'avoir un temps de séchage optimal. Cette phase permet de rentrer pleinement dans la campagne avec l'ensemble de la gamme. La mise en place du marché se poursuit avec des volumes encore limités notamment en ail rose Lautrec label rouge, d'autant que certains lots sont déclassés en rose du Tarn. En revanche, les transactions se réalisent sur des niveaux de cours très élevés. En ail violet, la tresse profite de l'afflux des vacanciers, particulièrement dans les régions côtières, ce qui incite les grossistes à l'achat. Pour l'ail blanc en sac ou plateau, la tendance est un peu moins réjouissante avec une concurrence espagnole déjà bien installée qui limite les espoirs de nos opérateurs. Les cours attractifs sur le produit ibérique ne laissent que peu de marges de manœuvre au produit français.

Autour du 15 août, le marché est calme pour la majorité des acteurs, la demande n'est pas au rendez-vous, et les apports encore anecdotiques. Les conditions climatiques froides et pluvieuses de ces derniers mois ne sont pas sans incidence sur la conservation d'ail, entraînant une certaine hétérogénéité selon les lots. En ail rose, les départs à destination de l'export permettent d'améliorer encore la valorisation. À contrario, pour l'ail violet, les volumes augmentent face à une demande plus timorée notamment en tresse, ce qui induit un léger ajustement des cours à la baisse. La fin de mois ne permet pas d'inverser cette tendance, mais rien d'anormal pour la période. En ail bio, l'origine France est désormais bien représentée en matière de volume, mais le marché est calme.

### Septembre

Le début du mois est marqué par des foires à l'ail afin de dynamiser le marché et de mettre en avant les produits. Toutefois, le retour des estivants et des écoliers ne relance pas réellement la demande. L'ail blanc n'est pour l'instant que très peu commercialisé, ce qui n'incite pas les opérateurs à s'engager sur ce marché. Il est surtout concurrencé par l'ail espagnol dont la qualité et les cours sont beaucoup plus attractifs. Seul l'ail rose, aussi bien en label rouge qu'en Tarn, suscite de l'intérêt. Mais cet engouement se heurte à un problème majeur : les quantités très limitées cette année ne permettent pas de satisfaire totalement la demande ; les prix s'envolent. L'ail violet, quant à lui, poursuit convenablement sa campagne de commercialisation. La demande est présente surtout concernant l'AOP de Cadours qui peut représenter une alternative au rose sous SIQO. La bonne valorisation de l'ail origine

France depuis le démarrage de la campagne n'est pas synonyme d'un marché fluide et prometteur. En effet, par de nombreux tris et des entreposages frigorifiques, les metteurs en marché espèrent maintenir un produit de qualité pour le reste de la saison.

### Octobre à décembre

L'ambiance de marché reste atone. La demande est plus ou moins présente, mais freinée par des cours élevés, et le manque de catalyseurs à cette période ne permet pas d'inverser cette tendance. Les volumes restreints et la qualité hétérogène de certains lots suivant les couleurs entraînent un nouveau raffermissement des prix. Cadours tient son dernier marché le 20 octobre. Et alors que les producteurs plantent les aulx (blanc et violet) pour la prochaine campagne, le marché est influencé par les vacances scolaires de la Toussaint qui pèsent sur les achats.

La grande distribution reste intéressée, mais les quantités disponibles sont faibles, surtout en ail rose Lautrec label rouge. Certains grossistes sont séduits par ces derniers lots qui voient alors leurs cours grimper. La fin du mois de novembre est rythmée par la résurgence d'une cinquième vague du virus de la Covid-19 et par les incertitudes sur les mesures qui seront prises, ce qui ne favorise pas la demande. De plus, les consommateurs commencent à se tourner davantage sur les achats de Noël.

Début décembre, l'activité est au ralenti, du fait principalement d'un manque de consommation. L'ail origine France se négocie toujours à des niveaux de prix élevés, car le disponible est faible et nécessite des séances de tris afin d'obtenir une qualité acceptable. Une grande majorité des grossistes s'orientent alors plus facilement sur la production espagnole. Le marché connaît un léger sursaut d'activités durant la semaine de Noël, notamment en Lautrec label rouge, produit incontournable du réveillon. Malheureusement, l'attrait retombe très rapidement après les fêtes de fin d'année.

### Janvier et février

Dès le début de l'année, certains opérateurs

basculent sur l'offre espagnole afin de proposer une gamme de produits qualitatifs à un prix inférieur à celui du marché français. Les aulx sous SIQO comme le rose de Lautrec label rouge ou le violet AOP de Cadours restent plébiscités et continuent à s'échanger sur des niveaux de prix élevés. Néanmoins, de manière générale, la morosité ambiante liée à la crise sanitaire et ses mesures accentue le manque de consommation déjà dans une tendance négative.

Début février, l'activité de marché est toujours aussi peu dynamique. Les échanges se font au compte-gouttes pour l'ail, mais aussi pour la majorité des produits frais disponibles à la vente. Alors que les volumes deviennent de plus en plus discrets, de nouveaux apports dans les stations d'expédition d'ail rose du Tarn font leur apparition sur le marché ; mais cette sortie de stock se heurte à l'offre espagnole. Sur les autres couleurs, les fluctuations de cours à la hausse s'expliquent par une offre de plus en plus réduite, mais une origine France encore convoitée lorsqu'elle est qualitative. Les aulx d'importation tels que le violet argentin rentrent également en concurrence avec les produits français.

### Mars

Dans un contexte de demande sans engouement et plutôt attentiste, la fin de campagne de commercialisation de l'ail français se précise. La majorité des lignes disparaissent des cotations par manque d'informations. En rose du Tarn, les tresses et les gros calibres sont encore présents dans les négociations commerciales, mais fortement concurrencés par les produits espagnols. En rose Lautrec label rouge, les derniers lots de gros calibres trouvent encore preneur. En violet AOP Cadours, les stocks restants sont facilement échangés, car l'arrêt de commercialisation prévu pour la fin du mois fluidifie les ventes. Il reste un peu de volume en blanc qui s'écoule de manière linéaire. L'épilogue de la campagne de commercialisation se précise en troisième semaine de mars. En effet, un grand nombre de metteurs en marché terminent leur saison d'ail français.

### Cours moyen mensuel de l'ail sec sur le marché de Rungis

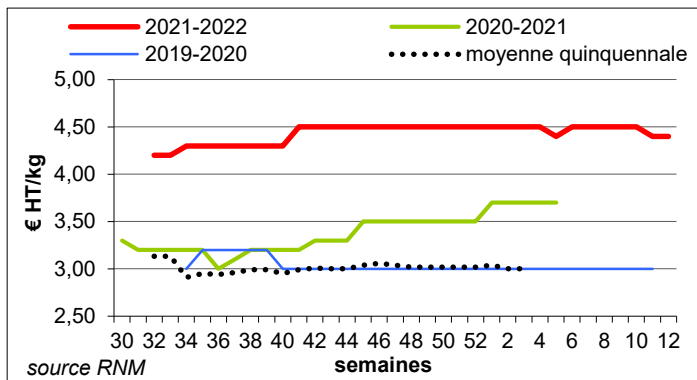
€ HT/kg source RNM	Violet 60-80mm			Blanc sec biologique	
	France	Espagne	Argentine	France	UE
janvier 2021	5,50	4,00		8,70	5,18
février 2021		4,00	4,70	5,27	5,19
mars 2021		4,00	4,70	4,45	5,32
avril 2021		4,17	4,70	6,30	5,36
mai 2021		4,06	4,58		5,24
juin 2021		3,85	4,60		5,29
juillet 2021	5,00	3,23		7,67	5,38
août 2021	5,61	3,06		7,70	4,93
septembre 2021	5,50	3,00		7,91	4,65
octobre 2021	5,69	3,31		8,28	4,65
novembre 2021	5,62	3,50		8,54	4,85
décembre 2021	5,50	3,50		8,53	4,89
janvier 2022	5,59	3,50		8,40	4,90
février 2022	5,80	3,50	5,80	8,51	4,66
mars 2022		3,50	5,80	8,47	4,90
<b>moyenne</b>	<b>5,53</b>	<b>3,61</b>	<b>4,98</b>	<b>7,59</b>	<b>5,03</b>

*L'importation de l'ail argentin cesse lorsque débute la commercialisation de l'ail français. En revanche, l'ail espagnol reste présent toute l'année.*

## D'une campagne à l'autre

### Cours au stade expédition de l'ail blanc sec

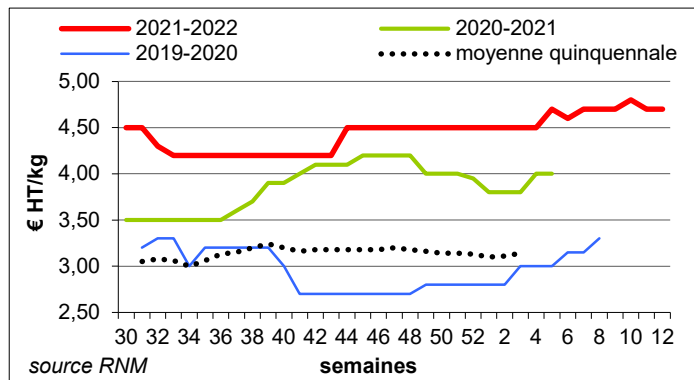
catégorie I calibres 60-80 mm et 70-90 mm en sac de 5 kg



Des cours nettement supérieurs aux années précédentes dès le début de saison. Ils restent sur ces niveaux élevés, pendant toute la campagne de commercialisation. Le cours moyen est environ 45 % supérieur à la moyenne quinquennale.

### Cours au stade expédition de l'ail violet sec

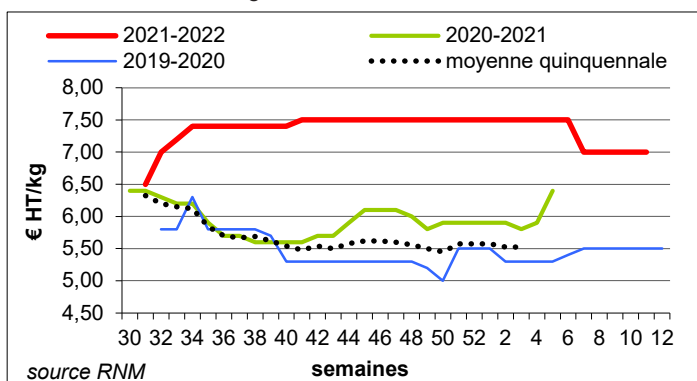
catégorie I calibres 60-80 et 70-90 mm en sac de 5 kg



Malgré la faiblesse des volumes, le produit est commercialisé quelques semaines de plus par rapport aux années précédentes. Il se négocie à un prix 40 % supérieur à la moyenne quinquennale.

### Cours au stade expédition de l'ail rose sec du Tarn

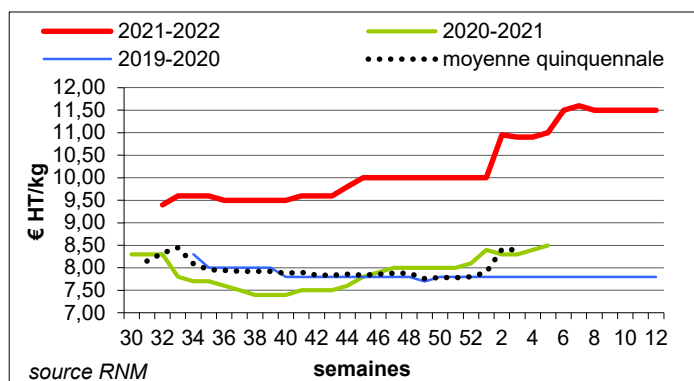
catégorie I calibre 70-90 mm



Après un démarrage sur des niveaux pratiquement identiques aux années précédentes, le prix de l'ail rose du Tarn trouve un niveau d'équilibre bien supérieur, environ 25 %.

### Cours au stade expédition de l'ail rose sec de Lautrec

Label Rouge - catégorie I calibre 70-90 mm



Produit rare cette année, donc produit cher. En effet, son cours ne cesse d'augmenter, notamment à partir du début d'année 2022. La hausse est de +50 % par rapport aux tarifs pratiqués les années précédentes.

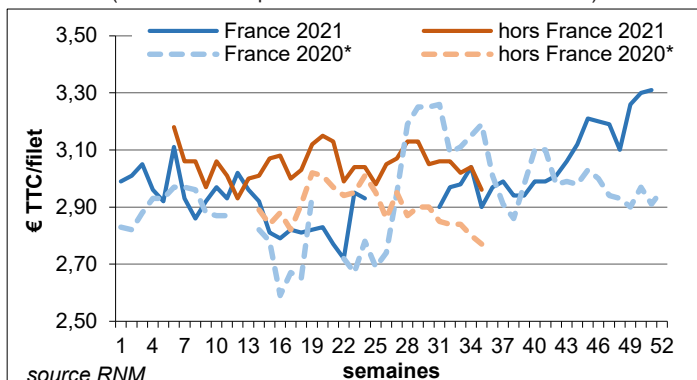
## Prix au stade détail

\* Pour les semaines 14 à 39 de 2020, les prix détail sont issus d'une enquête temporaire, réalisée dans un contexte particulier de crise sanitaire, sur un échantillon de sites de vente "drive" pouvant être rattachés à des magasins GMS (hors hard-discount) habituellement enquêtés par le RNM. Les données sont communiquées lorsque le nombre de relevés est supérieur ou égal à 25 (seuil minimum de représentativité) sur, au minimum, 25 sites différents.

### Prix au détail en GMS de l'ail blanc sec filet 3 têtes

calibre 50-70 ou 60-80 mm\*

(\* tous calibres pour les semaines 14 à 39 de 2020)

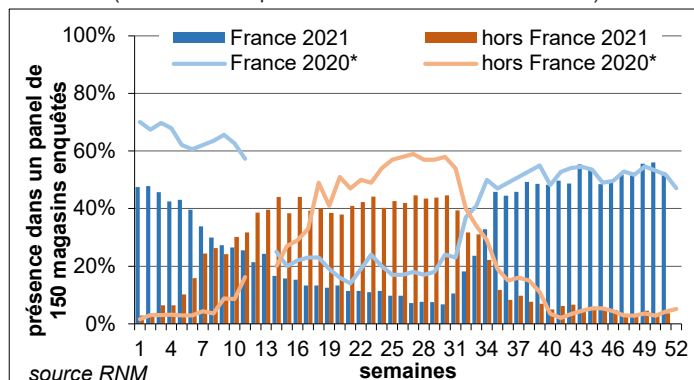


Les niveaux de prix sont relativement identiques à l'année précédente, excepté celui de l'ail origine France qui augmente fortement à partir de la semaine 43.

### Évolution du référencement de l'ail blanc sec filet 3 têtes

calibre 50-70 ou 60-80 mm\* en fonction de l'origine

(\* tous calibres pour les semaines 14 à 39 de 2020)



La bascule entre la présence d'aux origine France et hors France s'opère correctement : en mars, le marché français ne répond plus entièrement à la demande, et en août, la commercialisation de la nouvelle récolte débute. En début d'année, l'ail français est beaucoup moins présent qu'en 2020.

# Chiffres indispensables

## Evolution de la consommation d'ail sec des ménages à leur domicile

source Kantar Worldpanel		2019	2020	2021
taux de pénétration	vrac	37%	40%	39%
	préemballé	43%	45%	42%
	<b>TOTAL AIL</b>	<b>62%</b>	<b>65%</b>	<b>62%</b>
quantités moyennes achetées en kg/ménage	vrac	0,18	0,20	0,19
	préemballé	0,27	0,31	0,27
	<b>TOTAL AIL</b>	<b>0,45</b>	<b>0,51</b>	<b>0,46</b>
fréquence d'achat		3,4	3,6	3,6
quantité achetée par acte (kg)		0,22	0,22	0,21
quantité moyenne achetée/an/ménage (kg)		0,453	0,511	0,462
prix moyen (€/kg)		8,40	8,97	9,25

Le taux de pénétration d'un produit est le pourcentage des foyers, des individus ou consommateurs qui ont acheté le produit durant une période donnée.

En 2021, les ménages acheteurs font en moyenne 3,6 actes d'achats de 210 g. 62,0 % des ménages achètent de l'ail au moins une fois dans l'année.

En 2021, les achats sont principalement réalisés en magasin hyper (32 %) et super (18 %) puis enseignes à dominante marques propres (hard-discount) (15 %).

## Importations par l'Union européenne

en tonnes - source Eurostat au 25/03/2022

Provenance	Destination	2019	2020*	2021*
Tous pays tiers	UE 28*	53 410	53 513	50 174
	Pays-Bas	27 562	31 795	30 184
	Royaume-Uni	9 486		
	Espagne	1 394	4 577	3 961
	<b>France</b>	<b>4 877</b>	<b>4 195</b>	<b>3 869</b>
	Pologne	2 923	1 542	1 967
	Italie	1 193	1 661	1 483
	Allemagne	576	606	581
Chine	UE 28*	42 249	39 286	33 388
	Pays-Bas	24 241	28 234	25 135
	Royaume-Uni	9 354		
	<b>France</b>	<b>3 212</b>	<b>2 965</b>	<b>2 510</b>
	Espagne	547	2 185	635
	Italie	408	485	508
	Pologne	202	379	469
	Allemagne	398	334	385
Égypte	UE 28*	5 823	6 943	8 042
Argentine	UE 28*	3 915	2 623	5 742

\* En 2020, l'Union européenne à 28 passe à 27 suite au Brexit. Les chiffres pour le Royaume-Uni seul ne sont plus disponibles sur Eurostat.

## Exportations par l'Union européenne

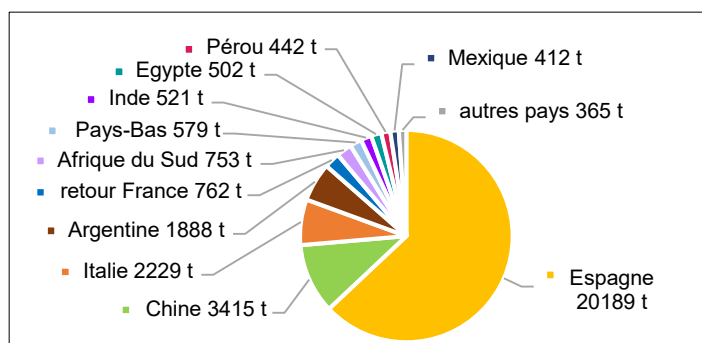
Destination	Provenance	2019	2020*	2021*
Tous pays tiers	UE 28*	79 555	95 915	76 223
	Espagne	76 000	87 028	69 995
	<b>France</b>	<b>2 313</b>	<b>3 089</b>	<b>4 231</b>
Intra UE 28*	Espagne	108 055	102 414	105 415
	Pays-Bas	28 697	30 037	29 122
	Italie	6 813	9 572	8 663
	<b>France</b>	<b>7 656</b>	<b>6 301</b>	<b>6 368</b>
	Royaume-Uni	3 106		
	Portugal	1 665	1 223	1 446

Les exportations d'ail européens baissent de 21 % vers les pays tiers. L'Espagne diminue ses exportations (-20 %) contrairement à la France qui les augmente (+37 %).

Les importations en provenance de pays tiers et de Chine et à destination de l'Union européenne sont en baisse par rapport à 2020 (respectivement -6 % et -15 %). L'Espagne importe moins : -13 % en provenance des pays tiers et -71 % en provenance de Chine. La France aussi : -8 % en provenance des pays tiers et -15 % en provenance de Chine. La Pologne importe plus : +18 % en provenance de pays tiers et +24 % en provenance de Chine. À noter que les importations origine Argentine sont multipliées par deux par rapport à 2020.

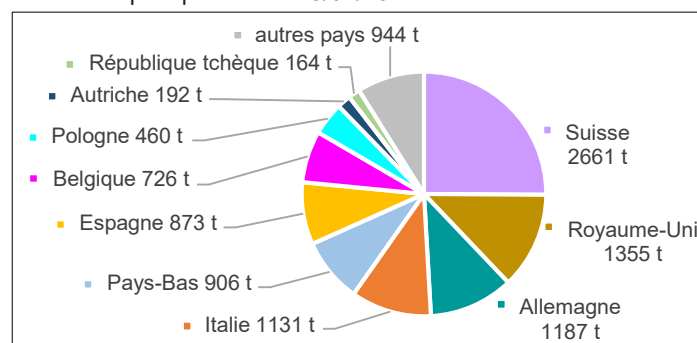
## Importations par la France

en tonnes - source Ministère des finances et des comptes publics au 23/02/2022



Les importations d'ail augmentent légèrement par rapport à 2020 : +2 % soit 522 t. La France importe principalement de l'ail espagnol avec 20 189 t (stable par rapport à 2020). L'Italie et l'Argentine progressent fortement (respectivement +84 % et +44 %). De nouveaux pays font leur apparition : l'Afrique du Sud, l'Inde, le Pérou.

## Exportations par la France



La France exporte son ail essentiellement vers l'Europe. Le principal destinataire reste la Suisse (2661 t, +9 %) suivie par le Royaume-Uni (1 355 t, chiffre multiplié par trois par rapport à 2020). Les exportations d'ail français augmentent de 13 % soit +1 210 t par rapport à 2020.