

Une campagne de commercialisation courte et des aux de qualité

Grâce à des conditions climatiques favorables, l'ail français est en avance de huit à dix jours. Il est d'excellente qualité, les calibres sont honorables. Cependant, les rendements prévus en début de campagne s'avèrent surestimés et cela ne sera pas sans impact sur la phase de commercialisation, d'autant plus que l'ail espagnol qui concurrence habituellement le produit national fait face à une qualité médiocre et à des rendements plus faibles qu'à l'accoutumée. L'autre événement majeur de cette campagne concerne la crise sanitaire de la Covid-19. Les metteurs en marché sont dans l'obligation de s'adapter aux débouchés disponibles (marchés de gros, commerces de proximité...). Le commerce est fortement impacté par les mesures sanitaires prises par le gouvernement. Tout au long de sa campagne de commercialisation, l'ail français par sa belle qualité et sa renommée connaît une demande importante ce qui lui permet de maintenir des cours élevés.

SIGLES ET ABRÉVIATIONS

GMS : grandes et moyennes surfaces

"quinquennal(e)" se réfère aux cinq campagnes de 2015-2016 à 2019-2020.



Retrouvez ce bilan sur notre site RNM.franceagrimer.fr en scannant ce QR code

Faits marquants

Les volumes commercialisés s'avèrent déficitaires

L'ail se récolte dans de bonnes conditions climatiques avec une dizaine de jours d'avance. Les trois types d'aux, blanc, violet et rose, présentent un bel aspect visuel ainsi qu'une bonne qualité sanitaire. Les rendements en blanc et violet sont inférieurs à l'année précédente d'environ 12 %. Cependant, dans certaines régions comme les Hauts-de-France, ce chiffre peut monter à 40 %. En ce qui concerne l'ail rose, les rendements se rapprochent d'une année classique après la très bonne récolte de la campagne 2019-2020. Ce déficit de volume s'alourdit après séchage et stockage alors que la consommation est particulièrement soutenue depuis la crise sanitaire.

La surface nationale des parcelles semées en ail pour la campagne 2020 est de 3 769 ha (ail frais, ail sec et ail semence) contre 3 675 ha en 2019 (données PAC 2020). Le total de la surface en ail sec est de 2 938 ha en 2020 pour un volume estimé légèrement inférieur à 20 000 t.

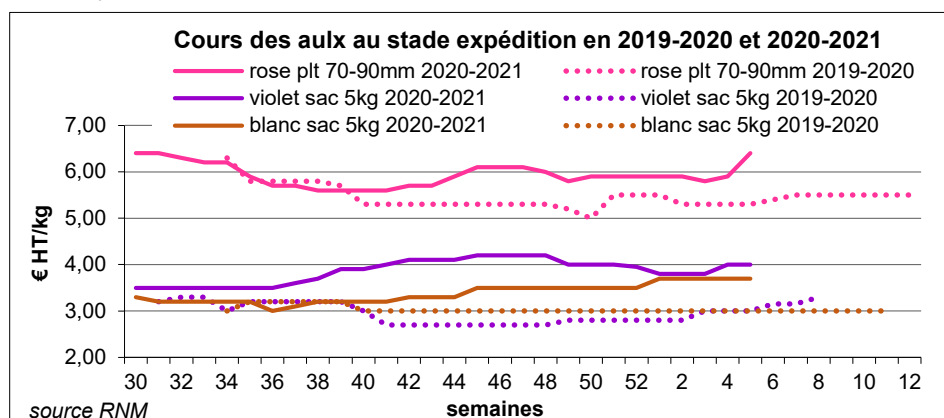
Un commerce dynamique avec peu de concurrence

La campagne de commercialisation de l'ail français 2020-2021 se met en place fin juillet. Les volumes en ail blanc et en ail rose sont encore modestes. Pour l'ail violet, la tresse trouve de bons débouchés dans les zones touristiques. Au fil de la campagne, les cours sont sur des niveaux bien supérieurs à la moyenne quinquennale. La demande

en produit d'origine France est globalement soutenue avec quelques soubresauts, surtout pour l'ail rose, liés aux restrictions sanitaires que le pays subit. Le commerce des aux français est cette année peu perturbé par l'ail espagnol. En effet, la péninsule ibérique a fait l'objet de conditions météorologiques défavorables ayant impacté l'offre et la qualité de la production. L'ail français est plébiscité par les consommateurs français mais aussi européens. La faiblesse de l'offre ne permet pas de satisfaire l'ensemble de la demande dans la durée. La campagne de commercialisation s'achève précocement.

La crise sanitaire n'est pas un frein au commerce de l'ail

Depuis mars 2020, la crise sanitaire de la Covid-19 impacte le commerce mais pas nécessairement de façon négative. Lors de la période estivale, les consommateurs privés de sorties depuis le mois de mars retrouvent avec enthousiasme les restaurants. Même si les cantines scolaires sont fermées, la restauration hors domicile est en forte progression, ainsi les cours de l'ail sont fermes et supérieurs à la moyenne quinquennale. Le deuxième confinement déclaré à l'automne est bien différent du précédent ; les restaurants ferment à nouveau mais, à contrario, les écoles restent ouvertes. Ceci entraîne un nouveau pic de demande pour l'ail français alors que les premières alertes sur un stock restreint sont formulées. Les cours s'envolent littéralement sur les trois couleurs.



La campagne de commercialisation 2020-2021 démarre précocement sur des niveaux à peu près équivalents à la saison précédente. Le deuxième confinement a un effet bénéfique sur les cours qui va se poursuivre sur le restant de la campagne. En revanche, le manque d'offre précipite la fin de commercialisation d'au moins quatre semaines.

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

Les récoltes 2020 se sont déroulées dans des conditions climatiques favorables pour les trois types d'ails avec une précocité de huit à dix jours. En effet, les températures douces accompagnées de pluies au moment opportun favorisent le développement. Les ails des différents terroirs se caractérisent par une dominante de calibres plutôt moyens, un bel aspect visuel et une bonne qualité sanitaire. Au niveau de la coloration, des variations sont observées en fonction des parcelles sur l'ail violet. Les volumes disponibles après récolte sont inférieurs de 12 % par rapport à une année normale à l'exception de l'ail bio pour lequel on observe une baisse de 40 à 50 % des rendements. En effet, les mauvaises conditions climatiques printanières et la présence de la rouille entraînent une prédominance de petits calibres. Pour l'ail rose, après l'exceptionnelle campagne 2019 et des rendements records avec 6 t/ha, 2020 se situe sur une année standard.

Août

La première semaine d'août lance officiellement le démarrage de la campagne 2020-2021. Tous les voyants sont au vert avec un ail de très bonne qualité, d'un bel aspect visuel et de bons calibres. Les volumes en rose sont là, le produit est recherché si bien que les ventes sont ralenties volontairement pour en avoir tout au long de la campagne. La tresse en violet est convoitée par les vacanciers de l'arc méditerranéen. Globalement, le marché est calme tout au long du mois. La dernière semaine d'août sonne la fin des vacances et la reprise du travail ou de l'école pour la majorité des consommateurs. Sans que ce soit l'euphorie, l'activité est un peu plus soutenue, c'est bien la rentrée qui se profile. Certains cours sont difficiles à maintenir en raison d'une volumétrie importante, l'ail rose du Tarn en fait les frais, hormis le Label Rouge. Sur les autres couleurs, les cours sont plutôt stables même s'il y a des écarts conséquents entre les prix mini et maxi.

Septembre

La campagne espagnole n'est pas épargnée par des problèmes non seulement quantitatifs mais également qualitatifs. Cette situation explique le maintien des cours sur de bons niveaux pour la production française. Dans ces conditions, l'ail violet est recherché à l'export, mais le manque de disponibilités oblige les expéditeurs à privilégier leurs clients habituels au détriment d'autres marchés potentiels. En revanche, en ce début de campagne, l'offre en ail rose est supérieure à la demande.

Octobre

Le marché reste régulier en ce début de mois d'octobre. L'origine France demeure plébiscitée, elle est à mettre en regard d'une progression non négligeable de la consommation des ménages, en augmentation de 3 % par rapport à l'année précédente. Dans ce contexte, l'ail violet est très largement demandé. Les transactions sont fluides en ail blanc ; en revanche, l'écoulement est plus lent en ail rose. Mi-octobre, avec le dernier marché de l'ail

violet de Cadours, les expéditeurs peuvent désormais gérer au mieux leurs stocks. L'ail rose du Tarn, particulièrement qualitatif cette année, fait de l'ombre à l'ail rose de Lautrec Label Rouge. En fin de mois, le rapport s'équilibre par le manque de disponible en ail rose du Tarn, les clients s'orientent alors vers le Label Rouge. Cette fin d'octobre coïncide avec la fin des congés scolaires mais aussi la menace d'un reconfinement laissant le marché dans l'expectative. L'allocution du Président de la République confirme les doutes. Les grossistes attendent encore de savoir si les marchés de plein vent resteront ouverts. L'activité commerciale s'anime du côté de la grande distribution avec l'afflux des clients comme après chaque annonce de confinement. Les cours sont bien orientés sur l'ensemble de la gamme, avec un raffermissement en ail rose de Lautrec Label Rouge surtout dans les gros calibres.

Novembre

Après une nette accélération des commandes fin octobre suite à l'annonce du reconfinement, la demande est un peu moins enthousiaste pour le démarrage de novembre. Toutefois, la faible disponibilité de l'offre fait monter mécaniquement les cours dans toutes les couleurs. Sans perspectives claires pour la fin de l'année, les opérateurs sont dans l'inquiétude. Le marché est relativement calme comme c'est souvent le cas à cette période mais le courant d'affaires est régulier. En revanche, le disponible en ail blanc et en ail violet s'amenuise considérablement avec déjà des pénuries sur certaines références. La dernière semaine de novembre résume assez bien le mois écoulé. Une bonne demande en ail rose de Lautrec Label Rouge autorise cependant une revalorisation des cours. Les dernières annonces gouvernementales liées à la crise sanitaire permettent dès le week-end de retourner dans les commerces dits "non essentiels" délaissant de fait le domaine alimentaire. Ainsi les marchés de gros sont de nouveau au ralenti.

Décembre

Sans dynamique particulière, cette première semaine de décembre ne s'inscrit que dans

la continuité. Les transactions se poursuivent normalement avec la grande distribution toujours en recherche du produit français. En revanche, les marchés de gros sont très peu dynamiques, il leur manque beaucoup de débouchés en restauration hors domicile. L'ail rose de Lautrec Label Rouge continue de profiter de sa renommée et de sa belle qualité. La demande est moins évidente en ail rose du Tarn qui subit quelques concessions de cours. L'approche des fêtes de fin d'année ne favorise pas significativement les transactions mais elles restent correctes pour cette période de l'année. Les ails espagnols ou argentins sont de plus en plus présents sur le marché. Entre Noël et le Premier de l'an, le marché reste calme, mais s'accélère à l'approche du réveillon. L'activité commerciale est cependant mesurée en raison du manque des acteurs prépondérants pour la période festive de fin d'année que sont les restaurateurs ou les traiteurs. De plus, quelques stations sont à l'arrêt pendant cette trêve des confiseurs. L'offre de plus en plus limitée dans certaines couleurs oblige les metteurs en marché à la répartir équitablement vers leurs clients.

De janvier à février

Après la période des fêtes de fin d'année, le marché de l'ail repart calmement. La difficulté majeure reste le manque d'offre, les volumes disponibles sont limités sur l'ensemble de la gamme. Quelques clients bénéficient de la production nationale, mais la majorité bascule sur l'ail d'importation. Lorsque les lots sont de qualité, le produit est mieux valorisé comme en ail rose de Lautrec Label Rouge. L'ail violet, peu concurrencé cette année par son pendant ibérique, bénéficie d'une bonne fermeté des cours pour ses derniers lots. L'épilogue de la campagne de commercialisation se précise en première semaine de février. En effet, un grand nombre de metteurs en marché terminent leur campagne d'ail français. La raréfaction de l'offre dans toutes les couleurs entraîne une nouvelle hausse des cours.

L'ail français en 2020 a traversé la crise sanitaire de manière relativement sereine, la qualité du produit français n'est pas étrangère à cet état de fait.

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

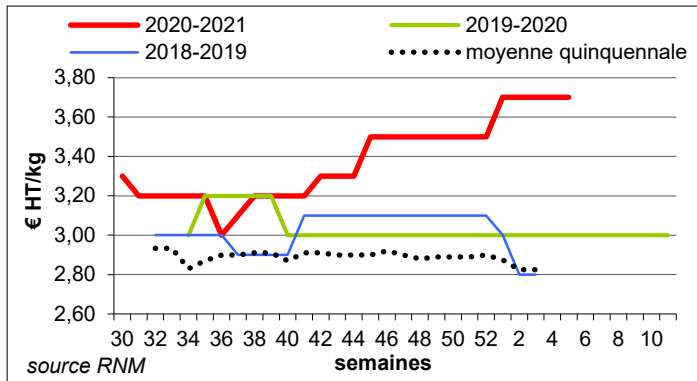
€ HT/kg source RNM	Violet 60-80mm			Blanc sec biologique	
	France	Espagne	Argentine	France	UE
janvier 2020		3,02		8,06	4,96
février 2020		3,30	4,80	7,50	4,91
mars 2020		3,49	4,94	7,14	5,25
avril 2020		3,61	5,00		5,40
mai 2020		4,20	5,00		5,73
juin 2020		4,26	5,00		5,61
juillet 2020	5,00	4,00		7,09	5,54
août 2020	5,00	4,00		6,71	5,04
septembre 2020	5,00	3,58		7,20	4,76
octobre 2020	5,00	3,60		7,39	4,67
novembre 2020	5,50	3,87		7,83	4,80
décembre 2020	5,50	4,00		8,29	5,14
janvier 2021	5,50	4,00		8,70	5,18
moyenne	5,21	3,76	4,95	7,59	5,15

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

D'une campagne à l'autre

Cours au stade expédition de l'ail blanc sec

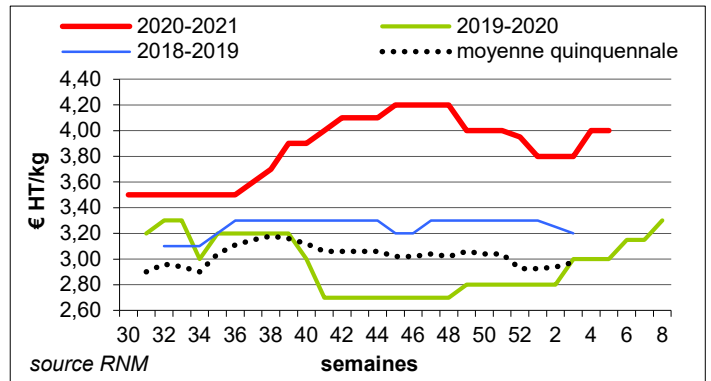
catégorie I calibres 60-80 mm et 70-90 mm en sac de 5 kg



Contrairement aux campagnes précédentes où le cours est plutôt linéaire, celui de 2020-2021 ne cesse de croître. La moyenne est supérieure d'environ 17 % par rapport à la moyenne quinquennale.

Cours au stade expédition de l'ail violet sec

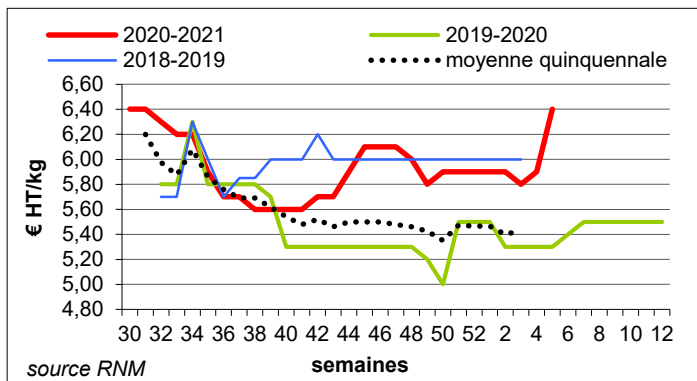
catégorie I calibres 60-80 et 70-90 mm en sac de 5 kg



Très bonne campagne de commercialisation sur des niveaux élevés : environ +37 % par rapport à la campagne précédente et +29 % par rapport à la moyenne quinquennale.

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

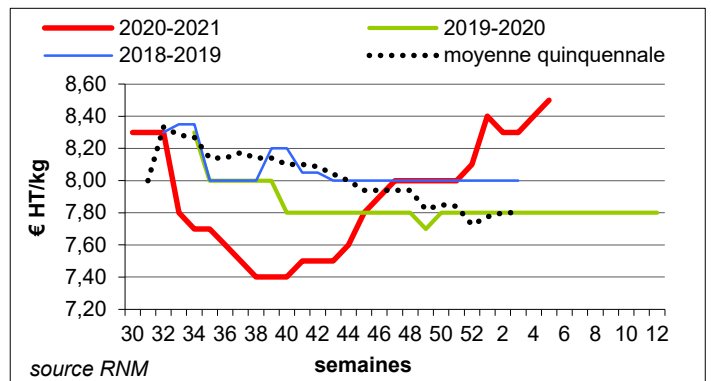
catégorie I calibre 70-90 mm



En début de campagne, l'offre est supérieure à la demande. La tendance s'inverse au début des vacances scolaires de la Toussaint. La moyenne est supérieure d'environ 7 % par rapport à la campagne 2019-2020.

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

Label Rouge - catégorie I calibre 70-90 mm



Le début de commercialisation est laborieux sur des niveaux de cours largement inférieurs aux campagnes précédentes. Tout comme pour l'ail rose du Tarn, la tendance s'inverse dès la mi-octobre pour finir sur des niveaux jamais atteints.

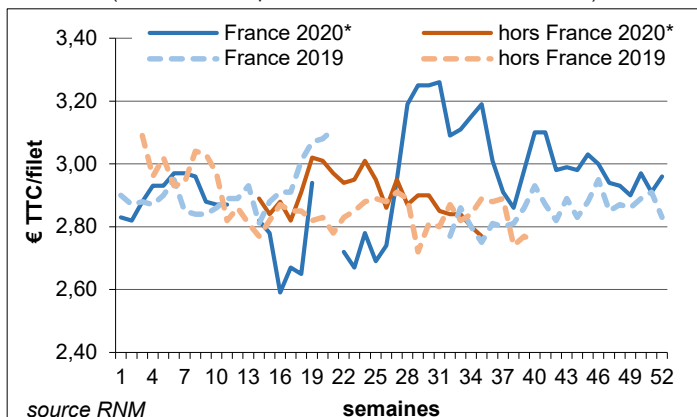
Prix au stade détail

* 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*

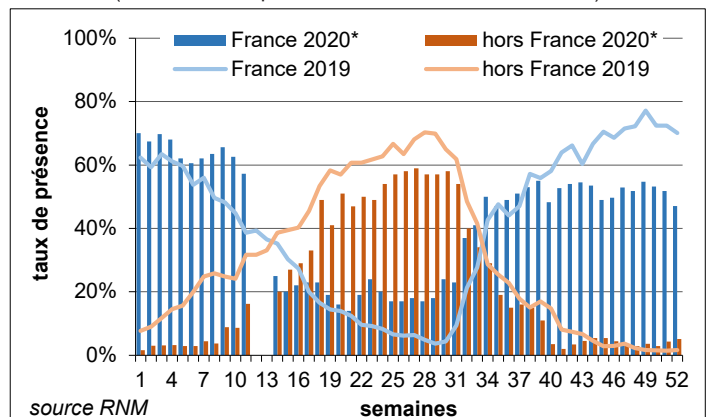
(* tous calibres pour les semaines 14 à 39 de 2020)



Evolution 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)



(taux de présence = nombre de magasins présentant le produit rapporté au nombre total de magasins enquêtés)

Compte tenu du changement de méthodologie de relevés de prix intervenu en 2020*, il est difficile de faire une juste synthèse et notamment une comparaison avec les campagnes antérieures.

Chiffres indispensables

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

source Kantar Worldpanel		2018	2019	2020
taux de pénétration	vrac	38%	37%	40%
	préemballé	43%	43%	45%
	TOTAL AIL	62%	62%	65%
quantités moyennes achetées en kg/ménage	vrac	0,17	0,18	0,20
	préemballé	0,28	0,27	0,31
	TOTAL AIL	0,46	0,45	0,51
fréquence d'achat		3,4	3,4	3,6
quantité achetée par acte (kg)		0,22	0,22	0,22
quantité moyenne achetée/an/ménage (kg)		0,455	0,453	0,511
prix moyen (€/kg)		8,41	8,40	8,97

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 2020, les ménages acheteurs font en moyenne 3,6 actes d'achats de 220 g. 65,0 % des ménages achètent de l'ail au moins une fois dans l'année.

En 2020, les achats sont principalement réalisés en magasin hyper (32 %) et super (19 %) puis enseignes à dominante marques propres (hard discount) (16 %).

Importations par l'Union européenne

en tonnes - source Eurostat au 19/04/2021

Provenance	Destination	2018	2019	2020*
Tous pays tiers	UE 28	50 612	53 410	53 513
	Pays-Bas	25 957	27 562	31 795
	Royaume-Uni	9 320	9 486	
	Espagne	821	1 394	4 577
	France	4 908	4 877	4 195
	Italie	1 445	1 193	1 661
	Pologne	2 332	2 923	1 542
	Allemagne	623	576	606
Chine	UE 28	41 078	42 249	39 286
	Pays-Bas	23 437	24 241	28 234
	Royaume-Uni	9 249	9 354	
	France	3 235	3 212	2 965
	Espagne	335	547	2 185
	Italie	605	408	485
	Pologne	174	202	379
	Allemagne	508	398	334
Argentine	UE 28	2 957	3 915	2 623
Egypte	UE 28	5 133	5 823	6 943

Exportations par l'Union européenne

* En 2020, l'UE à 28 passe à 27 suite au Brexit. Les chiffres pour le Royaume-Uni seul ne sont pas disponibles sur Eurostat au moment de cette publication.

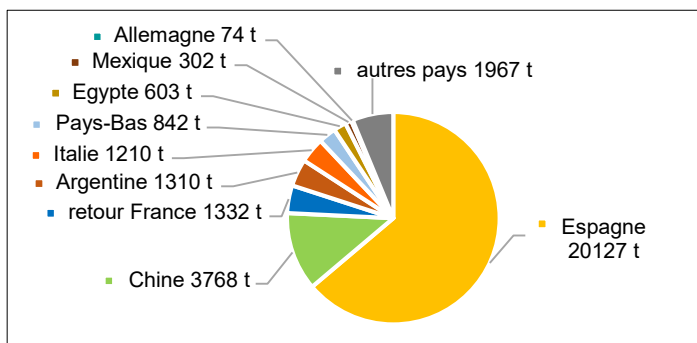
Destination	Provenance	2018	2019	2020*
Tous pays tiers	UE 28	51 049	79 555	95 915
	Espagne	47 687	76 000	87 028
	France	2 122	2 313	3 089
Intra UE 28	Espagne	103 478	108 055	102 414
	Pays-Bas	35 686	28 697	30 037
	Italie	9 212	6 813	9 572
	France	6 933	7 656	6 301
	Royaume-Uni	3 776	3 106	
	Portugal	2 012	1 665	1 223

En 2020, au sein de l'Europe des 27, l'Espagne (-5 %), la France (-18 %) et le Portugal (-27 %) diminuent leurs exportations ; l'Italie au contraire continue de les augmenter (+40 %).

L'Espagne importe quatre fois plus d'ail chinois qu'en 2019 ; -33 % d'ail argentin importé par l'UE27 ; par contre, une hausse de +19 % d'ail égyptien importé par l'UE27.

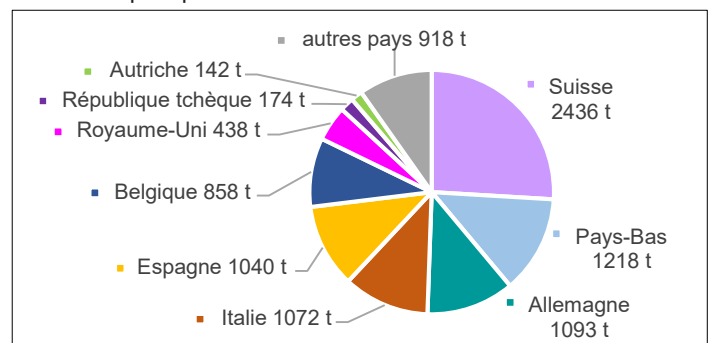
Importations par la France

en tonnes - source Ministère des finances et des comptes publics au 31/03/2021



La France importe principalement de l'ail espagnol avec 20 127 t (+15 %). L'Argentine (1 310 t) baisse de 35 %. L'Italie (1 210 t) voit son chiffre multiplié par 4,7. Les importations d'ail augmentent de 19 % par rapport à 2019 soit +5 077 t. A noter l'émergence d'importations en provenance de nouveaux pays comme l'Inde, le Pérou, le Brésil et l'Afrique du Sud.

Exportations par la France



La France exporte son ail essentiellement vers l'Europe. Le principal destinataire reste la Suisse (2 436 t). L'Espagne (1 040 t) baisse de 46 % par rapport à 2019. On constate également une augmentation des volumes exportés à destination de la Belgique (+47 %) et vers la Slovaquie (86 t soit +72 %).