

## Une année atypique

Après une campagne 2019 abondante, celle de 2020 se présente différemment. D'une part, les volumes sont en baisse en raison d'une météo de début d'année qui perturbe la floraison des variétés précoces. L'offre en américano-japonaise est réduite de plus d'un tiers par rapport à la normale (moins 20 % pour les européennes). D'autre part, comme pour tous les fruits d'été, la commercialisation débute une dizaine de jours avant la date habituelle.

L'année 2020 se caractérise également par la disponibilité dès fin juillet de variétés rares à cette période. A la mi-août, l'offre variétale est bien présente sur le marché d'autant que les abricots, les pêches et les nectarines remplissent beaucoup moins les rayons. Les échanges sont maintenus sur l'ensemble du mois de septembre mais l'offre décline et précipite la fin d'une bonne campagne. Toutefois, la valorisation supérieure de 10 à 40 % par rapport à la moyenne quinquennale ne compensera qu'en partie le déficit de volume selon les variétés chez certains opérateurs.

### SIGLES ET ABRÉVIATIONS

cat. : catégorie

GMS : grandes et moyennes surfaces

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

"triennal(e)" se réfère aux trois campagnes de 2017 à 2019.



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

## Faits marquants

### Précocité de la campagne

A l'instar des autres productions estivales, la prune n'échappe pas à la précocité. Le début de la campagne de commercialisation démarre mi-juin au lieu de début juillet habituellement. Ainsi, la prune française entre en concurrence directe avec l'offre espagnole. Mais cet état de fait est compensé par une meilleure visibilité dans les rayons. En effet, dans cette période de crise sanitaire, les pouvoirs publics incitent la grande distribution à privilégier l'offre nationale. Les étals sont également moins fournis par les autres fruits d'été comme l'abricot. Les premières variétés américano-japonaises ne restent pas longtemps sur le marché. En revanche, les prunes dites domestiques, en particulier la Reine-Claude Dorée, sont rapidement proposées à la vente, sur des cours élevés, supérieurs de 30 % environ à la moyenne quinquennale. La campagne se termine avec les tardives, certes un plus tôt qu'à l'accoutumée mais en profitant jusqu'au bout de la faible concurrence des autres produits d'été, touchés par des récoltes en baisse.

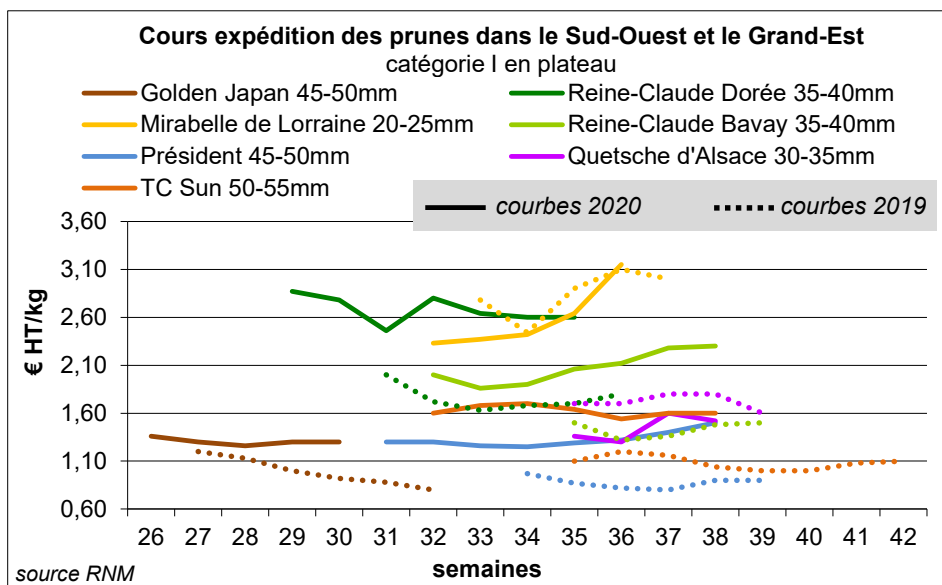
### Volume en légère baisse mais qualité gustative au rendez-vous

C'est une année d'alternance comparée

aux volumes exceptionnellement élevés de la campagne précédente. La récolte est effectivement très hétérogène en termes de quantités avec des déficits pouvant aller de 20 à 50 %, selon les variétés et les bassins. En effet, les mauvaises conditions climatiques rencontrées en février et mars ont des incidences sur la floraison et la pollinisation, notamment pour les américano-japonaises. L'impact est moindre pour les européennes qui profitent de meilleures conditions météorologiques ; les fruits sont de plus gros calibres et la qualité gustative est au rendez-vous.

### Côté Grand Est

Le Grand-Est voit également sa campagne de Mirabelles et de Quetsches démarrer avec quelques jours d'avance. Mais en raison des gelées printanières, les volumes sont fortement réduits, parfois amputés de plus de 50 %. Sur la phase de commercialisation, la chaleur estivale et même la sécheresse par endroits affectent la qualité des fruits. De ce fait, le commerce est compliqué tout au long de la campagne pour la Quetsche. La Mirabelle de Lorraine, moins impactée par ces conditions météorologiques, permet aux cours de s'orienter à la hausse qui sera significative en fin de campagne.



Campagne atypique avec une précocité de deux à trois semaines suivant les variétés et pour tous les bassins. Une offre quasiment simultanée dès fin juillet.

## SOMMAIRE

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

## Déroulement de la campagne

### Région Occitanie

#### Juin-juillet

##### Un démarrage précoce

Les premiers lots de prunes sont visibles dès la mi-juin avec une quinzaine de jours d'avance. Cette précocité prend la demande de court et l'acte d'achat ne se renouvelle pas automatiquement. De plus, les volumes annoncés à la baisse, environ 30 à 50 % en ce qui concerne les américano-japonaises, permettent, mécaniquement, de démarrer sur de meilleurs prix. La précocité de cette campagne met également ces premières prunes françaises en concurrence directe avec l'offre espagnole et comme à l'accoutumée avec les autres fruits de saison (abricot, nectarine et pêche).

Mais, rapidement, toutes les couleurs sont disponibles, avec en particulier la présence étonnante des prunes vertes. La visibilité de la gamme variétale est à son optimum dans les rayons. Ainsi, on retrouve sur le marché les premières prunes vertes suivies de près par les tout premiers lots de Reine-Claude Dorée. Cette dernière est proposée à la vente dès le 14 juillet.

Les cours demeurent stables dans l'ensemble, hormis en Golden Japan pour laquelle le marché export fait pression. La demande est devenue régulière et intéressée d'autant que la Mirabelle est aussi présente. En Reine-Claude Dorée, des mises en avant expliquent le recul

mécanique des cours, la demande est importante, le déstockage régulier en fin de mois. En Mirabelle, la mise en marché de l'offre du Grand-Est ralentit significativement les ventes de la production du Sud-Ouest.

En toute fin de mois, l'offre est limitée en prunes rouges et jaunes. De façon précoce, les prunes tardives (Reine-Claude de Bavay, TC Sun) arrivent sur le marché. La grande majorité des variétés se retrouvent ainsi disponibles à la vente en même temps.

#### Août

##### Une bonne activité commerciale pour la Reine-Claude Dorée

La Reine-Claude Dorée compose l'essentiel de l'offre sur ce début du mois d'août mais elle est aussi accompagnée de la Président. La demande s'active au fil des jours et le déstockage est important, aidé par de nombreuses mises en avant.

La semaine du 15 août est plus favorable pour le commerce de la prune, surtout que les abricots, les pêches et les nectarines sont beaucoup moins présents dans les rayons. Cette situation favorable est malgré tout à nuancer en fonction des stations et des débouchés. Les marchés de gros par exemple tournent au ralenti à la veille du 15 août.

C'est dans ce contexte que les derniers lots de Reine-Claude Dorée sont proposés avec

de larges amplitudes de prix en fonction du calibre et de la qualité. L'engouement pour cette variété ne se dément pas cette année. La fin de sa commercialisation pour la majorité des opérateurs reporte l'intérêt de la demande vers la Reine-Claude de Bavay qui se négocie sur les mêmes bases de prix. Président, TC Sun et Grenadine complètent l'assortiment. Les sorties de fin août sont correctes notamment vers la grande distribution où des foires aux prunes sont présentes.

#### Septembre

##### Une bonne vitalité en fin de campagne

En début de mois, l'offre se réduit, notamment en prunes rouges, mais également en vertes. Face à cette situation, le marché connaît une activité régulière et soutenue qui contribue à la fermeté des cours. Suite à la très forte limitation des volumes en prunes vertes, l'offre se concentre vers la TC Sun et plus modestement vers l'Angeleno. Les échanges restent suivis sur un marché où la demande demeure intéressée.

En fin de mois, le manque d'information ne permet plus au Réseau des Nouvelles des Marchés d'établir de cotation. La campagne 2020 s'achève ainsi dans un contexte positif avec des niveaux de prix élevés, bien supérieurs à la moyenne quinquennale.

### Région Grand Est

#### MIRABELLE

##### La campagne Mirabelle 2020 se caractérise par sa précocité

Mi-juillet, c'est dans un contexte délicat que démarre la campagne de commercialisation de la Mirabelle d'Alsace. En effet, les volumes sont fortement réduits en raison des gelées printanières subies par certains vergers. Par endroits, les volumes sont amputés de 50 à 75 %. Fin juillet, même si l'offre est un peu plus importante, l'engouement pour ces fruits, majoritairement de petits calibres et dont la couleur jaune tarde à arriver, n'y est pas.

Alors que la Mirabelle de Lorraine arrive doucement sur le marché, les fortes chaleurs et le manque d'eau à la mi-août compliquent la fin de récolte et impactent la qualité des derniers fruits alsaciens. La demande s'oriente alors vers la Mirabelle de Lorraine. De ce fait, la campagne alsacienne se termine sur des cours en régression constante. Moins impactée par la chaleur, la "petite prune jaune" et réputée de Lorraine préserve sa qualité grâce à des nuits fraîches. Fin août, désormais seule sur le marché, elle profite d'une bonne demande. Cela se traduit par des cours orientés à la hausse et largement supérieurs à la moyenne triennale. La campagne se termine au cours de la première semaine de septembre.

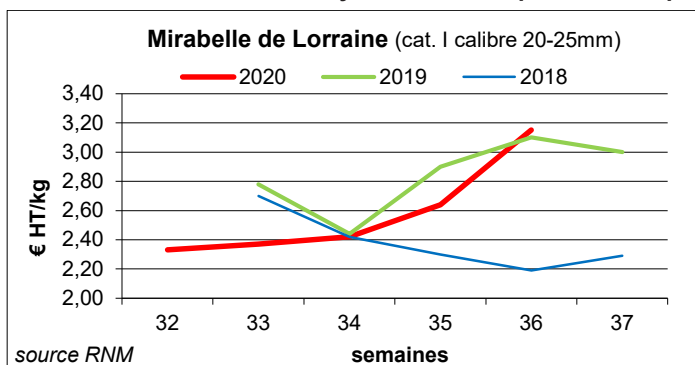
#### QUETSCHÉ

##### Production en dessous de la moyenne et campagne de commercialisation difficile

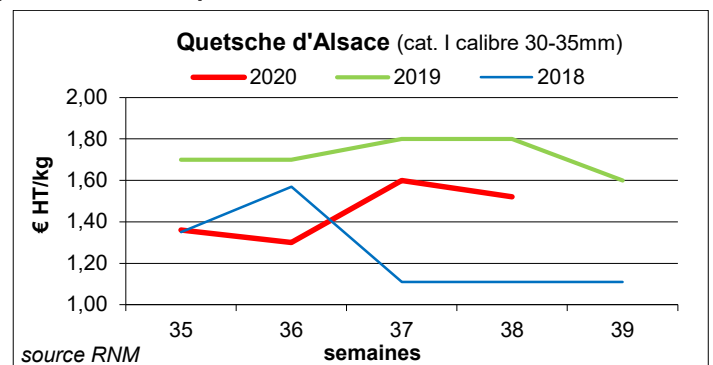
Tout comme pour sa cousine, la Quetsche alsacienne est précoce et arrive sur le marché dès la mi-août. C'est dans une moindre mesure que les gelées du printemps et les chaleurs intenses de l'été affectent les rendements. Ces derniers, 9,5 t/ha, sont certes en deçà de la moyenne, mais ils restent supérieurs de 5 % à ceux de 2019. La demande, plutôt timide en début de commercialisation, s'active sur la seconde quinzaine d'août. Pour autant, les cours restent stables et se situent à un niveau relativement bas.

Dans le bassin lorrain, la sécheresse impacte fortement la qualité des fruits qui sont peu juteux, manquent de fermeté et dont la chair brunit à cause de la coloration du noyau. La commercialisation des fruits s'en trouve complexifiée. Les cours sont inférieurs à la campagne précédente et arrivent péniblement à atteindre la moyenne quinquennale. La campagne Quetsche s'achève mi-septembre.

#### Cours moyen au stade expédition des principales variétés de prunes dans le Grand Est



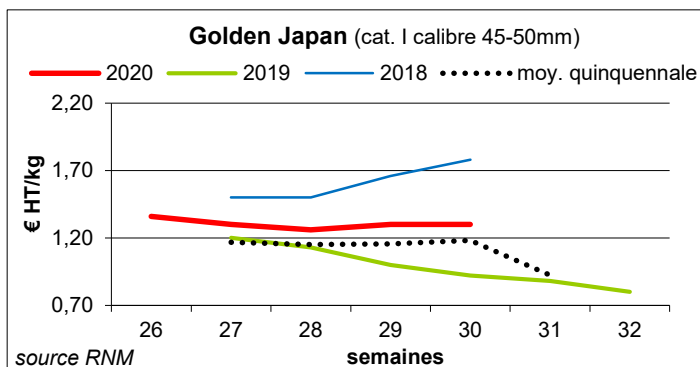
Démarrage délicat pour la Mirabelle de Lorraine qui, au fil de la campagne, rattrape son retard et termine sur les mêmes niveaux qu'en 2019. La campagne est décalée de deux semaines.



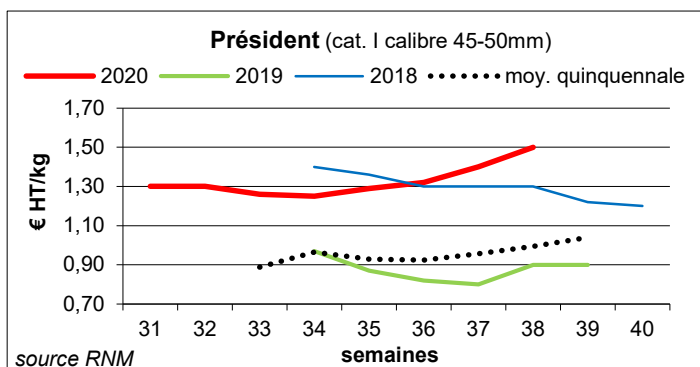
Campagne en demi-teinte en raison des conditions météorologiques difficiles. La sécheresse écourte la campagne, les cours sont inférieurs à 2019.

# D'une campagne à l'autre

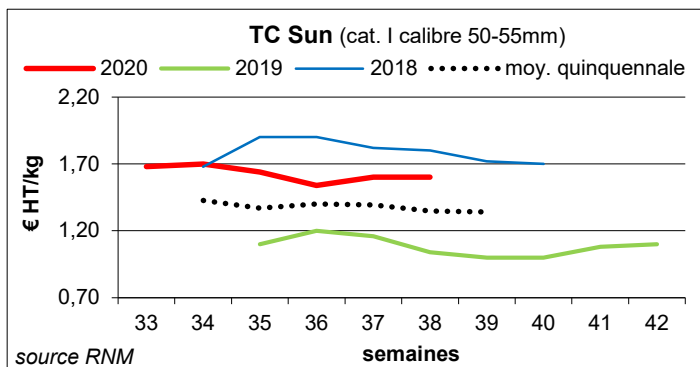
## Cours moyen au stade expédition des principales variétés de prunes dans le Sud-Ouest



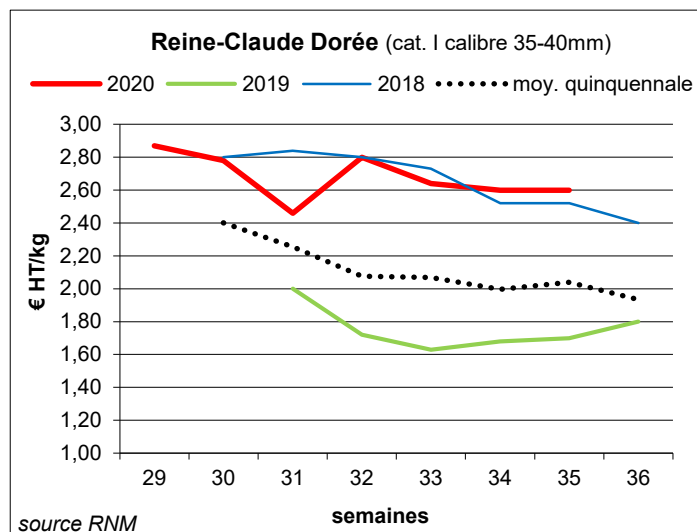
Même avec une offre limitée, la Golden Japan n'a pas pu être mieux revalorisée. La précocité de la campagne n'est pas en sa faveur.



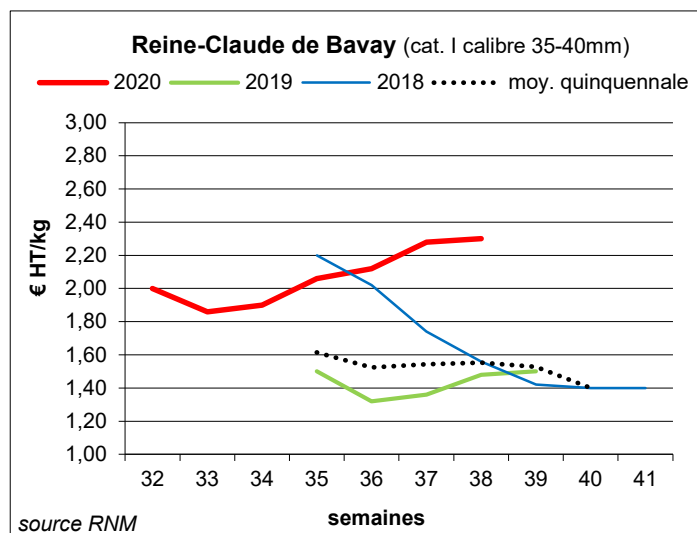
Campagne fluide pour cette variété qui bénéficie d'une offre limitée en fruits d'été. Les cours continuent de progresser en fin de commercialisation.



Cours fermes tout au long de la campagne avec une valorisation bien supérieure à 2019 et à la moyenne quinquennale

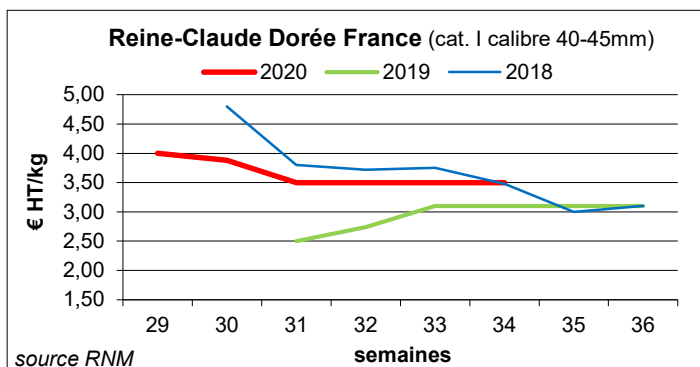


Belle campagne en volume, en qualité et à des niveaux de cours supérieurs de 30 % par rapport à la moyenne quinquennale

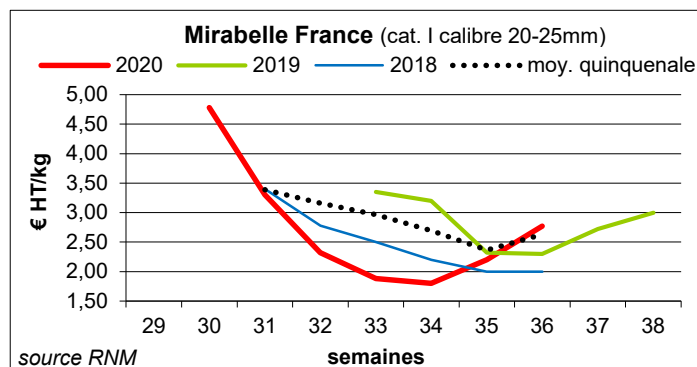


Hausse constante des cours durant la campagne, ce qui est inhabituel pour cette variété

## Cours au stade de gros sur le marché de Rungis



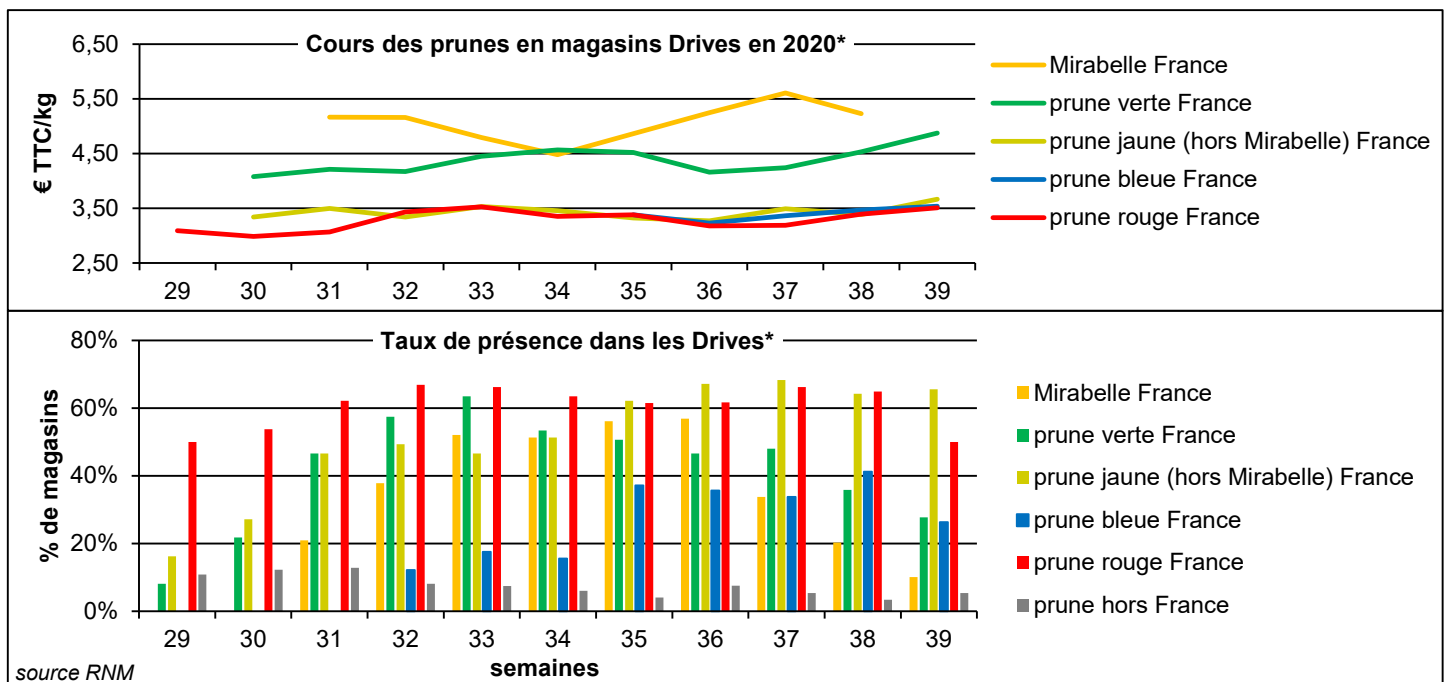
La commercialisation s'approche des niveaux observés en 2018.



Le démarrage précoce a un effet négatif sur la valorisation. Les cours remontent en fin de cycle pour atteindre les niveaux de la moyenne quinquennale.

## 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.

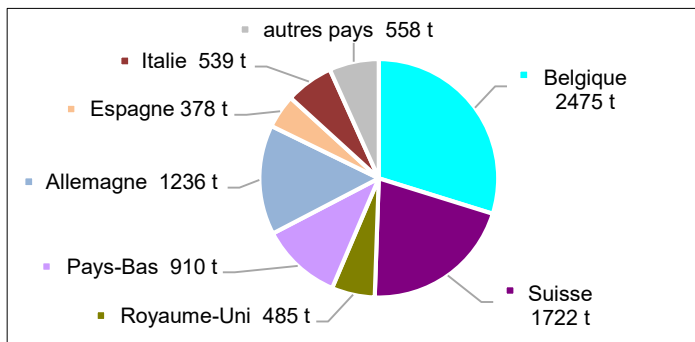


Compte tenu du changement de méthodologie de relevés de prix intervenu en 2020\*, il est difficile de faire une juste synthèse et notamment une comparaison avec les campagnes antérieures.

## Chiffres indispensables

### Exportations FAB

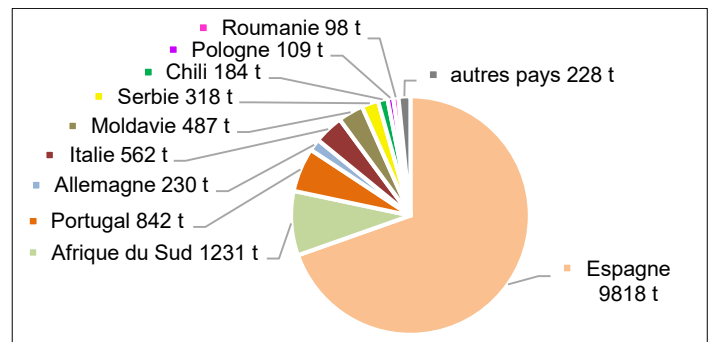
source : Ministère de l'économie et des finances - "Le kiosque" du 09/02/2021



En 2019, le Royaume-Uni avait doublé ses importations en prunes françaises par rapport à l'année précédente. Cette année, c'est tout l'inverse avec une baisse significative de 64 % soit une diminution de 850 tonnes. Pour le reste des pays européens, les exportations sont globalement stables.

Valeur FAB : les exportations sont recensées d'après leur valeur en douane sur la base des factures (Franco A Bord), c'est-à-dire y compris les frais de transport jusqu'au passage en douane, à l'exclusion de ceux qui sont encourus hors du territoire pour acheminer la marchandise jusqu'au destinataire.

### Importations CAF



L'augmentation de prunes espagnoles importées par la France est cette année de 49 % soit 3 231 tonnes. L'automne est la période où on en importe le plus. L'émergence des pays de l'Est reste d'actualité avec cette année l'importation de prunes de Roumanie, 98 tonnes contre un peu moins de 3 tonnes en 2019.

Valeur CAF : les importations sont recensées d'après leur valeur en douane sur la base des factures (Coût, Assurance, Fret) : au prix du produit lui-même sont ajoutés les frais de transport et d'assurance nécessaires à son acheminement sur le territoire.