



2009/2010 : une campagne difficile pour tous les légumes d'hiver

Les légumes d'hiver, dont la campagne de production démarre en mai, bénéficient au tout début de la campagne de commercialisation d'un marché dynamique avec des prix d'un bon niveau sur la lancée de la campagne précédente. C'est le cas de la carotte, de l'endive, de la chicorée et du poireau. Mais, très vite, les conditions de commercialisation se compliquent pour l'ensemble des légumes d'hiver. En effet, depuis l'été, le manque de dynamisme installé tant sur le marché intérieur que sur le marché à l'exportation, tire les prix vers le bas. L'indicateur de chiffre d'affaires pour les producteurs devrait être en recul par rapport à l'an passé pour tous les produits. La baisse des prix pour certains, des productions limitées pour d'autres expliquent ce mauvais résultat d'ensemble. Toutefois, les prix élevés du mois de janvier s'ils devaient perdurer sur les derniers mois de campagne, pourraient limiter cette baisse.

Carotte : l'indicateur de chiffres d'affaires plombé par les prix

Après un début de commercialisation d'un bon niveau favorisé par des exportations dynamiques, l'activité se ralentit sur les marchés de la carotte. L'écoulement a été ensuite difficile et les prix ont chuté durablement avec l'augmentation des volumes disponibles depuis le début de campagne (+ 14 %). En effet, à l'augmentation de la production nationale de 5 % par rapport à la campagne précédente s'ajoutent les importations en augmentation

de près de 3 % sur les huit premiers mois de la campagne. Dans le même temps, les exportations sont en nette baisse (- 10 %). En conséquence, le solde des échanges est déficitaire à ce jour pour les dix premiers mois de campagne, à l'inverse des campagnes précédentes. La concurrence des autres pays producteurs est plus vive et nos clients deviennent peu à peu nos fournisseurs. La France exporte moins vers l'Espagne (- 40 %), l'ensemble Belgique - Luxembourg (- 23 %) et le Royaume-Uni (- 14 %). Mais elle importe davantage en provenance

d'Espagne (+ 12 %), du Royaume-Uni (+ 9 %) et d'Italie (+ 27 %). Par rapport à la moyenne quinquennale, cette hausse atteint 18 % et concerne les importations en provenance de la quasi-totalité des pays européens. Ces volumes en hausse face à une demande attentiste exercent une pression à la baisse sur les prix. Le retour à des niveaux de prix dans la moyenne des cinq dernières années se fera en fin de campagne. Les prix augmentent en janvier. En effet, les conditions climatiques viennent perturber les récoltes et les possibilités de livraisons. Au

final, à l'inverse de la campagne précédente, la hausse de la production ne suffit pas à compenser la chute des prix à la production (- 9 %) sur les dix premiers mois de la campagne de commercialisation. L'indicateur du chiffre d'affaires cumulé en février est inférieur de 5 % par rapport au bon niveau de celui de la campagne passée. Mais il est supérieur de 5 % par rapport à celui de la moyenne quinquennale sur cette même période.

Chou-fleur : l'indicateur de chiffre d'affaires plombé par une faible production

Les surfaces en chou-fleur sont en baisse de près de 3 % par rapport à la campagne précédente dans la continuité des dernières campagnes.

Avec 350 milliers de tonnes, la production nationale de chou-fleur est en retrait de 12 % par rapport à la campagne précédente. Depuis le début de la campagne, les volumes produits sont en recul de 20 %, les mois d'octobre et de décembre étant particulièrement affectés. La sécheresse du

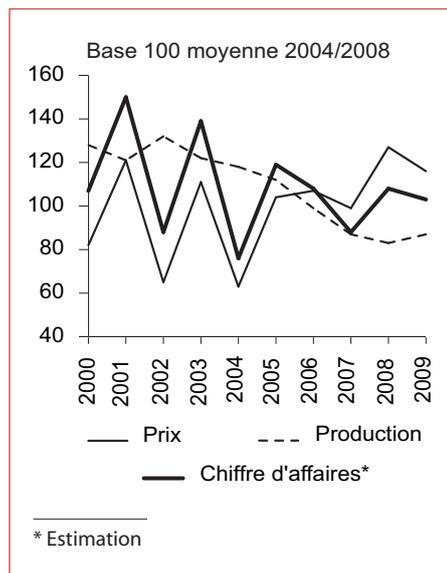
mois d'octobre à l'Ouest et le froid de décembre limitent la pousse du chou-fleur. Sur cette même période, les importations sont également en baisse de 17 %, soit moins de trois milliers de tonnes par rapport à l'an passé compensé par le recul de 5 % des exportations. Le disponible sur le marché est donc inférieur à celui de l'an passé de 27 % et de 19 % par rapport à la moyenne quinquennale. La demande est fluctuante sur le marché intérieur et à l'exportation. Tout comme l'an passé, des invendus ont été enregistrés. De fait, les fluctuations habituelles des prix du chou-fleur se vérifient encore cette année. Cependant, depuis le début de la campagne, la commercialisation du chou-fleur est restée malgré tout difficile avec des prix souvent en dessous de la moyenne quinquennale. En janvier, les prix reviennent au haut niveau de celui de l'an passé. Malgré tout, pour le moment, l'indicateur du chiffre d'affaires est estimé en net retrait (- 8 %) en lien avec la forte baisse de production jusqu'en décembre. Toutefois, si les prix élevés de janvier se maintiennent, la situation devrait s'améliorer.

Poireau : amélioration du marché à partir de l'automne

Les surfaces en poireau restent stables pour la campagne 2009/2010 avec une production en augmentation sur l'ensemble de la campagne (+ 4 %, soit 175 milliers de tonnes) et principalement depuis septembre.

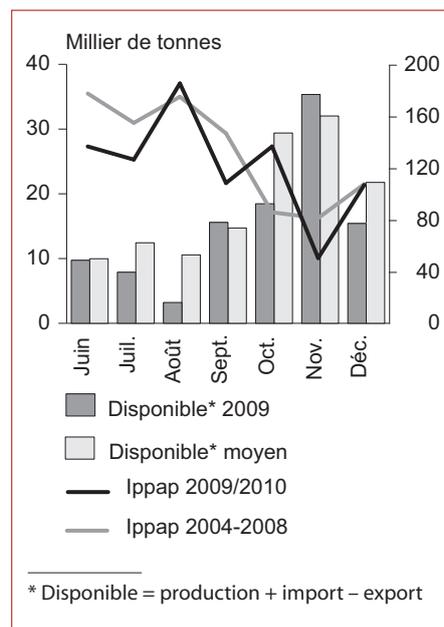
Jusqu'en septembre, la commercialisation du poireau a été difficile. Elle s'améliore depuis cet automne, soutenue par des mises en avant du produit et par une météo plus fraîche et donc plus appropriée à sa consommation, notamment en octobre. Les cours partis d'un niveau bas s'orientent à la hausse, pour atteindre le niveau de l'an passé et celui de la moyenne quinquennale. Le marché est resté compliqué subissant comme pour la quasi-totalité des légumes d'hiver un ralentissement de l'activité dans un contexte d'offre supérieure à celle de l'an passé, d'autant que la concurrence des produits en provenance de l'Europe du Nord s'active en octobre et novembre. Néanmoins, depuis septembre, les importations (17 milliers de

Carotte : net recul des prix et de l'indicateur de chiffre d'affaires



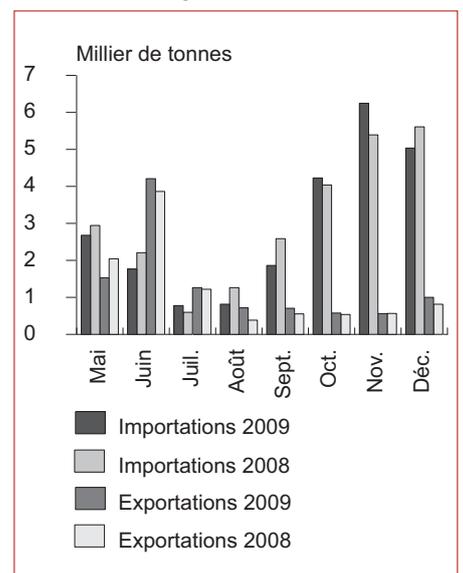
Sources : Agreste, FranceAgriMer

Chou-fleur : des prix qui réagissent aux disponibles



Sources : Agreste, DGDDI (Douanes), Insee

Poireau : hausse des importations en octobre et novembre, concurrence plus vive



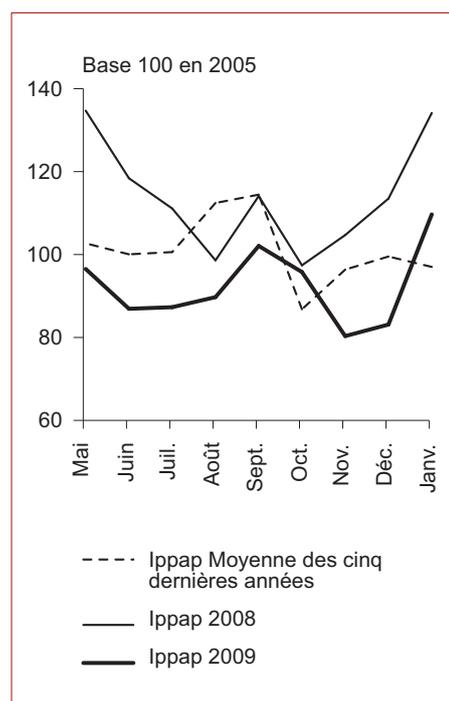
Source : DGDDI (Douanes)

tonnes) sont en repli de 1,4 %. Les exportations sur cette même période progressent de plus de 15 % mais restent minimales avec un volume de près de trois milliers de tonnes. La demande jugée calme a été suffisante pour assurer l'écoulement du produit, les prix ont toutefois augmenté modérément. En janvier, la vague de froid provoquant problèmes de livraisons et difficultés d'arrachage, a permis comme l'an passé une nette reprise des cours. Mais, globalement, la campagne de commercialisation du poireau est décevante particulièrement dans la première partie. Si cette hausse des prix tardive devait se maintenir jusqu'à la fin de la campagne, elle permettrait probablement au mieux de maintenir l'indicateur du chiffre d'affaires de l'an passé dont la campagne de commercialisation avait été mitigée.

Salade : elle ne fait pas recette

Les surfaces pour la production des salades d'hiver 7 422 ha diminuent encore cette année. Les surfaces en chicorée baissent de 2 % et celles des laitues de 3 %. La production de salades d'hiver, – 556 millions de têtes – baisse de 6 %. L'ensemble des variétés est concerné. La diminution des surfaces et les aléas climatiques,

Salade : campagne 2009/2010 décevante



Sources : Agreste, Insee

pluies abondantes et gel, ont limité la production.

La campagne de commercialisation de la salade d'hiver a débuté dans un contexte d'offre réduite. Très rapidement, la concurrence s'active dans un marché atone avec une demande discrète. Depuis novembre, les importations progressent de 6 %, complétant l'offre sur le marché. Celui-ci se trouve déséquilibré. Puis, en décembre et janvier avec une production limitée par la fraîcheur des températures et un marché à l'exportation qui s'anime, les prix augmentent mais tout juste suffisamment pour une sortie de crise conjoncturelle. Les cours sont restés bas en dessous de la moyenne quinquennale jusqu'en décembre. La vague de froid de janvier a provoqué une hausse des prix pour les légumes d'hiver dont a plutôt moins bien profité la salade. Malgré tout, les prix sont revenus dans la moyenne des cinq dernières années, sans toutefois rattraper le niveau de l'an passé à la même période (– 18 %). Cette hausse pourrait se poursuivre en février si le froid venait à durer. Cependant, l'écoulement du produit n'a été jusque-là préservé que par la faiblesse de l'offre et des prix plutôt bas car la demande est restée réservée. La campagne de la salade est décevante pour les deux variétés chicorée et laitue. Elle est assez mal valorisée par rapport à celle de l'an passé et la hausse des prix intervient trop tardivement pour inverser ce résultat. L'indicateur du chiffre d'affaires sera en retrait, en lien à la fois avec un volume de production réduit et des niveaux de prix peu élevés.

Endive : bonne tenue des prix pour une mini production

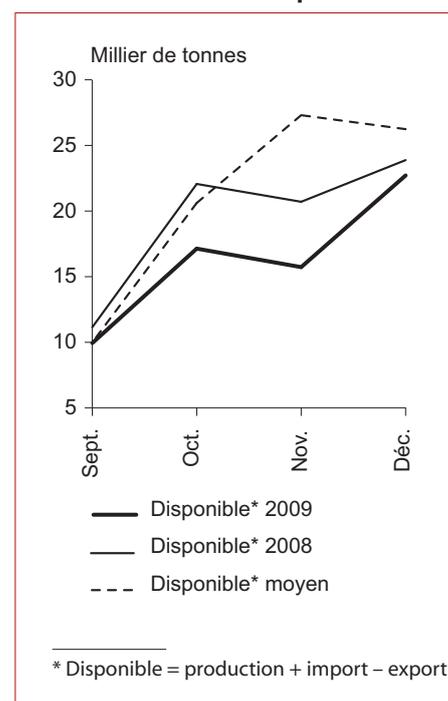
La production d'endive qui a débuté en septembre est estimée pour cette campagne 2009/2010 en net retrait par rapport à celle de l'an passé et devrait atteindre 180 milliers de tonnes, soit – 18 %. La culture de l'endive a toutefois la particularité de s'adapter à la demande par la mise en place du nombre de bacs de forçage approprié.

En ce début de campagne, les volumes exportés baissent nettement, de – 10 % par rapport à l'an passé sur ces

quatre premiers mois. Cette baisse s'inscrit dans la continuité de celle régulièrement observée depuis ces cinq dernières années (– 40 %). Les importations sont quant à elles depuis septembre en baisse de 14 % par rapport à l'an passé, mais en augmentation de 16 % par rapport à la moyenne quinquennale sur la même période. Les volumes mis en marché sont limités pour ces premiers mois de campagne.

Malgré cette offre réduite, dès le début de la campagne de commercialisation, des actions promotionnelles ont été organisées pour soutenir le marché. L'écoulement du produit a été préservé dans un marché assez difficile. Les prix sont parvenus à se maintenir à un niveau correct. L'arrivée de températures plus fraîches en novembre active la demande. Le marché s'améliore avec pour conséquence une nette progression des cours. Traditionnellement en décembre, la demande se fait moins pressante et se reporte sur les autres salades. Malgré des volumes inférieurs à ceux de l'an passé à la même période, des déstockages ont lieu vers l'industrie et des banques alimentaires. Les stocks permettront de répondre à une demande plutôt fluctuante fin décembre. Rapidement en

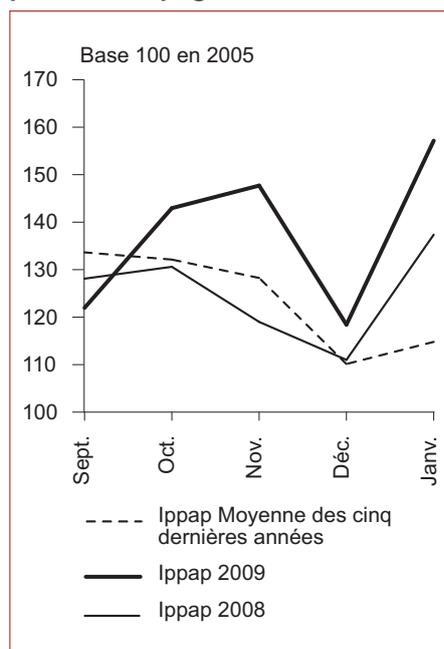
Endive : de faibles disponibilités



Sources : Agreste, DGDDI (Douanes)

janvier, le déficit d'offre et l'habituelle reprise de la demande permettent aux cours de l'endive de se positionner à un niveau élevé (+ 14 % par rapport à celui déjà haut de l'an passé). Les intempéries en janvier ont ponctuellement perturbé le marché de l'endive, comme l'ensemble des autres salades, en rendant les approvisionnements difficiles. Le bilan des premiers mois de la campagne de commercialisation est plutôt correct. L'indicateur de chiffre d'affaires risque malgré tout d'être en retrait par rapport à celui de l'an passé du fait du net recul d'une production pourtant bien valorisée. En février, l'indicateur du chiffre d'affaires cumulé est estimé inférieur de 7 % par rapport à celui de l'an passé au même moment et de 10 % par rapport à la moyenne quinquennale. Toutefois ce résultat est à relativiser en rapport avec la baisse des surfaces.

Bon niveau des prix de l'endive pour la campagne 2009/2010



Sources : Agreste, Insee, FranceAgriMer

Sources et définitions

Méthodologie

- Les données de la production des légumes frais et des légumes destinés à la transformation industrielle, sont extraites de la SAA. Le champ porte sur la culture nationale des légumes suivants : artichauts, asperges, céleris-branches, choux-fleurs, choux à choucroute, endives, poireaux, épinards, chicorées frisées et scaroles, laitues, persil, concombres, courgettes, melons, tomates, ail, carottes, céleris raves, navets potagers, oignons, radis, salsifis et scorsonères, petits pois, haricots à écosser et demi-secs, haricots verts.
- Pour analyser le commerce extérieur en légumes frais et en légumes transformés, ont été étudiés principalement les postes des codes douaniers NC8 des postes de la nomenclature harmonisée SH2, postes '07' et '20', qui concernent la première transformation des légumes. Ont été exclus du champ des légumes les olives, les poivrons et piments utilisés dans l'industrie non alimentaire, les jets de bambou, les betteraves, mais ont été inclus les melons (SH '08').
- Ne sont pas pris en compte les plats préparés à base de légumes y compris pommes de terre, les soupes et potages, car la part des légumes ne peut pas être distinguée, ainsi que la sauce tomate.
- Toutes les formes de cultures ne sont pas comprises dans la SAA ; les deux champs qui ont servi de cadre à l'analyse, ne sont donc pas identiques, mais s'articulent assez bien et présentent un bon cadre général.
- Les données en volume du commerce extérieur de légumes transformés ont été converties en légumes bruts à l'aide des coefficients fournis par l'Unilet et l'Adepale en ce qui concerne les conserves ; pour les surgelés, le coefficient est 1 selon les recommandations de l'Unilet ; pour les légumes déshydratés le coefficient est 6, soit par analogie le coefficient moyen proposé par Eurostat pour les fruits séchés.

Définitions

- Disponible = Taux d'auto-provisionnement = Production / (Production + Importations - Exportations)
- Indicateur du chiffre d'affaires = Prix moyen calculé * Production estimée / 100 000

Sources

- Prévisions de production issues de l'enquête de conjoncture légumes : Agreste
- Ippap : Insee
- Cotations : FranceAgriMer - SNM (Service des Nouvelles des Marchés)
- Données de commerce extérieur : DGDDI (Douanes)

Pour en savoir plus

Toutes les séries conjoncturelles et structurelles sur les légumes sont disponibles à parution sur le site Agreste de la statistique agricole : www.agreste.agriculture.gouv.fr

- dans « Données en ligne - Conjoncture agricole - Légumes » pour les données chiffrées
- dans la rubrique « Conjoncture - Légumes » pour les publications Agreste Conjoncture

Les dernières publications Agreste parues sur le thème sont :

- les Infos rapides « Carotte », « Chicorée », « Chou-Fleur », « Concombre », « Courgette », « Endive », « Laitue », « Melon », « Poireau », « Tomate »
- « 2009 : l'année des difficultés pour les légumes d'été », Synthèse Légumes n° 2009/91, octobre 2009
- « Légumes d'hiver : le froid hivernal fait grimper les prix », Synthèse Légumes n° 2009/75, juin 2009
- « Les intempéries limitent la production des légumes d'hiver », Synthèse Légumes n° 2009/64, mars 2009
- « Légumes : une fraîcheur estivale peu favorable aux prix à la production », Synthèse Légumes n° 2009/47, octobre 2008
- « Campagne moyenne pour les légumes d'hiver », Synthèse Légumes n° 2009/77, juin 2008
- « Chou-fleur en légère reprise dans la campagne 2007/2008 », Synthèse Légumes n° 2009/17, avril 2008
- « Le déficit des échanges de légumes frais continue de se creuser en 2007 », Synthèse Légumes n° 2009/12, mars 2008

Le Centre de documentation et d'information Agreste (CDIA) : ouverture les lundis, mardis et jeudis de 14 h à 17 h - Tél. : 01 49 55 85 85, Mél. : agreste-info@agriculture.gouv.fr



Agreste : la statistique agricole

Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche
Secrétariat Général
SERVICE DE LA STATISTIQUE ET DE LA PROSPECTIVE
12 rue Henri Rol-Tanguy - TSA 70007 - 93555 MONTREUIL SOUS BOIS Cedex
Tél. : 01 49 55 85 05 - Site Internet : www.agreste.agriculture.gouv.fr

Directrice de la publication : Fabienne Rosenwald
Rédacteur : Joëlle Fressignac
Composition : SSP Beauvais
Dépôt légal : À parution
ISSN : 1274-1086
© Agreste 2010

Cette publication est disponible à parution sur le site Internet de la statistique agricole
www.agreste.agriculture.gouv.fr