



Avril 2012

Synthèses n° 2012/175

Baisse des prix des légumes d'hiver due à la douceur du climat

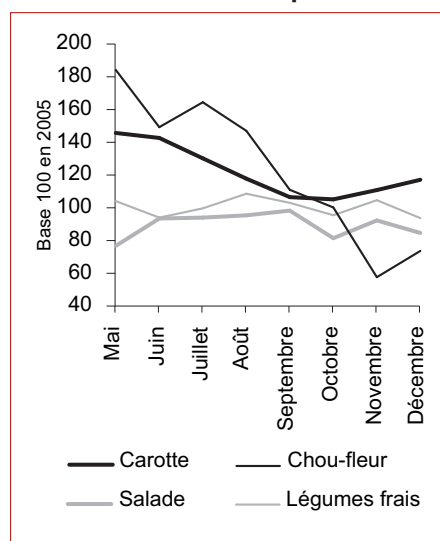
C'est dans un contexte très particulier, en 2011, que les productions françaises de légumes d'hiver – carottes, choux-fleurs, poireaux, endives et salades –, arrivent sur le marché à partir du mois de mai 2011. À partir de juin, la crise sanitaire due à la bactérie E-Coli a d'abord touché à tort le concombre puis s'est élargie aux autres crudités. Elle a entraîné un regain d'intérêt ponctuel mais profitable à certains légumes dits à cuire (la carotte, le chou-fleur et de façon moins marquée le poireau). Puis, à l'automne, la logique de l'adéquation entre l'offre et la demande fortement corrélée aux conditions climatiques reprend sa place dans le déroulement de la commercialisation et des niveaux de prix. Ainsi, l'indice des prix de la carotte et du chou-fleur au printemps 2012, se situent nettement au-dessus de l'indice moyen de l'ensemble des légumes contrairement à celui de la salade. Les autres légumes d'hiver, endives et poireaux, ne bénéficient pas du même intérêt.

Belle entrée en campagne et bon maintien des prix pour la carotte

Le début de campagne de commercialisation en mai est plutôt favorable à la carotte et celle-ci commence à se dégrader au cours de l'été malgré le temps maussade favorable à la consommation du produit. Les prix d'un niveau supérieur à ceux de l'an passé commencent à s'effriter dans un marché routinier. À partir du mois de septembre, la commercialisation est plus difficile. La douceur de l'automne ne réactive pas la demande malgré les mises en avant. L'écoulement du produit reste toutefois fluide.

À la fin de l'automne, le disponible sur le marché intérieur reste limité, et enre-

Durant l'été, les produits à cuire, carottes et choux-fleurs, sont mieux valorisés que la salade



Source : Agreste - Ippap

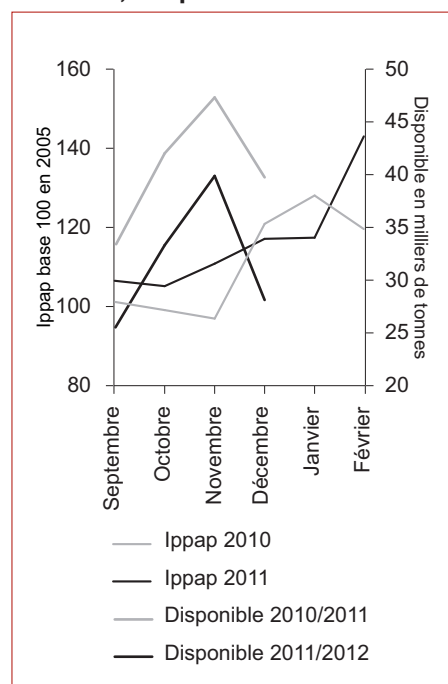
gistre une baisse de septembre à décembre de plus de 20 % par rapport à l'année précédente. Sur la même période, les volumes nationaux produits diminuent de plus de 18 %. Les arrachages sont souvent utilisés comme variable d'ajustement selon la qualité du déroulement de la commercialisation de ce légume. Contrairement à 2010, les exportations retrouvent un certain dynamisme. Elles augmentent de 24 % par rapport à l'an passé, soit 28 600 tonnes de carottes exportées. En parallèle, les importations baissent de près de 6 % et représentent 30 000 tonnes. En conséquence, le solde des échanges reste déficitaire mais se réduit nettement par rapport à l'année dernière. Cette offre en recul sur les marchés fait face à une faible demande peu encouragée cette fois par une

météo trop estivale pour la saison. Dans ce marché plutôt calme, le niveau des prix se maintient malgré tout au-dessus de la campagne précédente. Cependant au mois de décembre et janvier, les prix fléchissent passant à un niveau inférieur à celui de l'an passé. Les promotions habituelles du mois de janvier soutiennent la commercialisation mais c'est le retour du froid fin janvier qui relance la consommation et la hausse des prix au mois de février.

Sur la quasi-totalité de la campagne de commercialisation 2011 pour la carotte, la production a été globalement mieux valorisée qu'en 2010 et plus particulièrement sur les premiers mois de la campagne. La baisse des volumes nationaux (- 4 %) en lien avec la baisse des surfaces (- 4 %) pourrait limiter la hausse des chiffres d'affaires dans la filière.

Au final, la campagne de commercialisation 2011 de la carotte devrait être meilleure que la précédente qui était dans la moyenne des cinq dernières années.

Carotte : malgré de faibles volumes, les prix sont bas



Source : Agreste

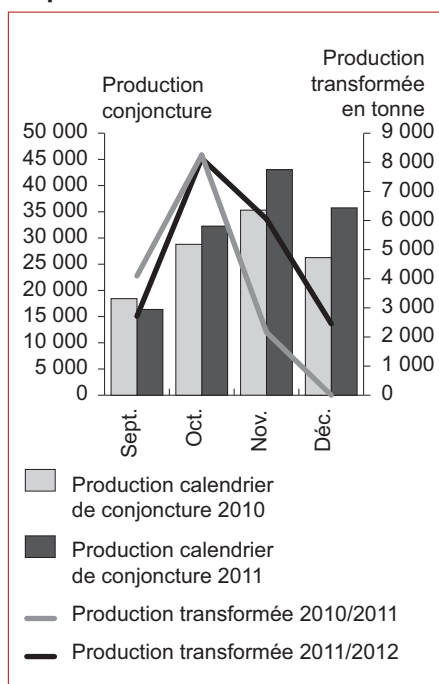
Une campagne difficile pour le chou-fleur

La commercialisation du chou-fleur d'été s'est déroulée dans de meilleures conditions que celle de l'an passé. Elle a malgré tout été assez perturbée. C'est dans ce contexte que les choux-fleurs d'automne en provenance pour l'essentiel de Bretagne arrivent prématurément sur le marché. Les températures douces de l'automne accélèrent la pousse. Ainsi les volumes récoltés aux mois d'octobre, de novembre et de décembre sont supérieurs de 23 % à ceux de l'an passé sur la même période, soit une hausse de 21 000 tonnes. Les débouchés à l'exportation se sont véritablement activés à partir du mois d'octobre (+ 48 % de volumes exportés). Les exportations se maintiennent à un niveau élevé jusqu'en décembre (+ 36 % sur les trois derniers mois de l'année). Malgré ce dynamisme, le marché à l'exportation est très concurrencé. L'Angleterre, l'Espagne et l'Italie bénéficient égale-

ment de bonnes conditions climatiques. Ils sont bien présents sur ce marché et pèsent sur les prix. Au mois de décembre, le prix du chou-fleur exporté est moins élevé que celui de l'an passé au même mois. Pour soutenir le marché, une partie de la production est également dirigée vers les industries de transformation. De fait, entre les mois d'octobre et de décembre, ce sont près de 17 milliers de tonnes qui s'écoulent ainsi contre dix l'année précédente. Le niveau de prix est bas : les indices de prix à la production aux mois de novembre et de décembre sont inférieurs respectivement de 30 % et 56 % par rapport à ceux de l'an passé aux mêmes périodes. Le marché est resté difficile, la demande intérieure étant toujours insuffisante et peu encouragée par la douceur des températures. Fin janvier, l'hiver arrive enfin. Il provoque un creux de production et permet aux prix de se redresser ponctuellement en février. Mais, les prix sont restés bas durant la majeure partie de la campagne de production. Globalement sur la campagne, ils devraient se situer à un niveau inférieur à la précédente campagne déjà eux-mêmes inférieurs à la moyenne quinquennale.

La commercialisation se complique à l'automne pour le poireau

Chou-fleur : l'industrie désengorge le marché et bénéficie d'un niveau de prix bas



Source : Agreste

La première partie de la campagne de commercialisation du poireau s'est globalement déroulée de façon équilibrée entre l'offre et la demande. Les prix se sont maintenus au niveau de ceux de l'an passé sur cette même période durant laquelle le marché des fruits et légumes a été perturbé par la crise sanitaire due à la bactérie E-Coli. À l'automne, l'arrivée des productions de l'ensemble des bassins français fragilise un peu plus l'activité commerciale dans un marché déjà déséquilibré par la concurrence des autres pays producteurs. De plus, le bel automne qualifié « d'été indien » n'incite pas le consommateur à l'achat de ce produit. Les prix restent linéaires et plutôt en dessous du niveau de ceux de l'an passé à la même période. Pourtant, à l'automne, le disponible sur le marché est en baisse par rapport à l'année précédente. Cette offre limitée est en lien avec la baisse de la production nationale de près de 8 % et de la nette baisse des

importations (– 30 %) durant ces mêmes mois. Les exportations sont dynamiques. Elles représentent une augmentation de 56 % du volume de l'année précédente toujours sur ces quatre mois. La campagne de commercialisation du poireau reste délicate même si le coup de froid de fin janvier a permis une belle remontée des prix en février qui reste insuffisante pour modifier la tendance de cette campagne.

La salade d'hiver d'une crise à l'autre

Comme l'année précédente, la production nationale de salade d'hiver diminue pour la laitue (– 5 %) et pour la chicorée (– 12 %) en lien avec la baisse des surfaces. La succession de campagnes difficiles ces dernières années pourrait en être la cause. L'ensemble des variétés est concerné.

Malgré ces volumes en recul par rapport à l'année passée, la campagne de commercialisation des salades d'hiver a démarré dans un marché fragile. Le temps particulièrement doux du début de l'automne a permis aux produits d'été de jouer les prolongations. Pour autant, durant la période de transition avec les productions d'hiver, l'of-

fre nationale est restée mesurée. Puis, les intempéries, la fraîcheur des températures et les inondations dans le Sud-Est ont limité encore davantage les récoltes dans ce bassin de production entraînant des hausses de prix aux bénéfiques des autres bassins de production. Aux mois de novembre et de décembre, les nettes hausses des importations (respectivement + 28 % et + 13 % par rapport aux mêmes mois de 2010), déséquilibrent le marché. Durant cette période, les exportations étaient au contraire en forte baisse (– 15 % en moyenne sur ces deux mois). Les volumes français seront donc largement abondés par cette arrivée massive de salades importées, dont le niveau n'avait encore jamais été atteint depuis ces dix dernières années.

Les fêtes de fin d'année d'ordinaire plutôt favorables à la consommation de ce produit ne suffiront pas à relancer le marché. La commercialisation restera difficile et les prix bas. La salade entrera en crise conjoncturelle au sens du Réseau national des marchés en décembre.

Il faut attendre l'arrivée très tardive de l'hiver et la forte baisse des tempéra-

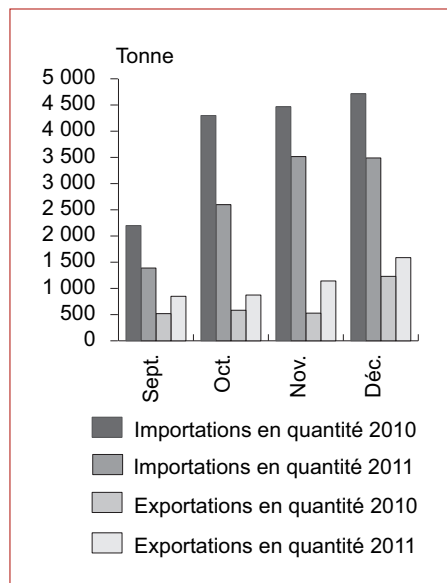
tures de février pour que les cours se redressent nettement. Toutefois, la demande reste modeste et cette remontée des cours n'est probablement due qu'à un retour d'offre encore plus contenue. Les trois dernières campagnes de commercialisation des salades d'hiver ont été difficiles. Elles amènent certains professionnels à s'interroger sur l'organisation et l'avenir de la filière.

L'endive, une salade à part

La production d'endive qui a débuté en septembre pour cette campagne 2011/2012 est en net recul par rapport à l'an passé. Cette production pourrait atteindre 186 milliers de tonnes, soit une baisse de 11 %. Cette baisse significative de la production d'endive est en partie liée à des problèmes de qualité dus à une récolte trop précoce des racines. Toutefois, la culture de cette salade est très dépendante du nombre de bacs de forçage mis en place en fonction du déroulement de la commercialisation.

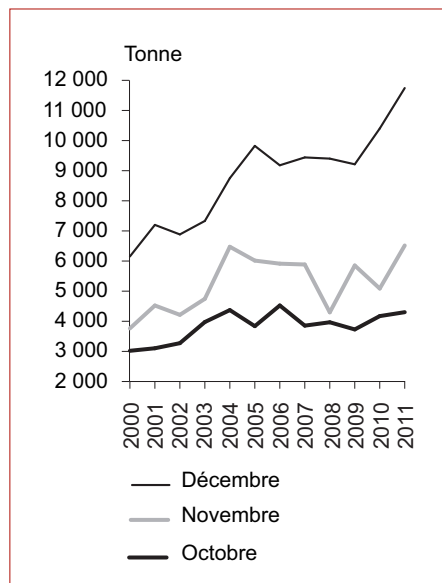
Celle-ci a d'ailleurs fait les frais d'une trop grande douceur de l'automne comme pour l'ensemble des autres produits « étiquetés » hiver. Les premiers volumes ont donc été cédés à un prix inférieur à la moyenne de saison. Des retraits et des actions promotionnelles ont soutenu le marché avant que la demande ne s'active avec l'arrivée des températures ponctuellement plus fraîches. De plus, les volumes disponibles sur le marché intérieur ont baissé en lien avec le net recul de la production nationale (– 13 % en moyenne entre octobre et décembre). Sur le marché extérieur, même si les exportations sont moins dynamiques que l'an passé, elles restent néanmoins largement supérieures aux importations en forte baisse. Le solde des échanges est positif mais accuse un recul de près de 8 % pour la même période de 2010. Dans ce contexte d'offre très réduite, les prix se sont redressés au mois de décembre. Malgré tout, comme pour l'ensemble des autres produits d'hiver et notamment sa principale concurrente la salade, les prix de l'endive au mois de janvier ont finalement été baissiers. Puis le retournement de situation de

Poireau : forte progression des exportations et nette baisse des importations



Source : DGDDI (Douanes)

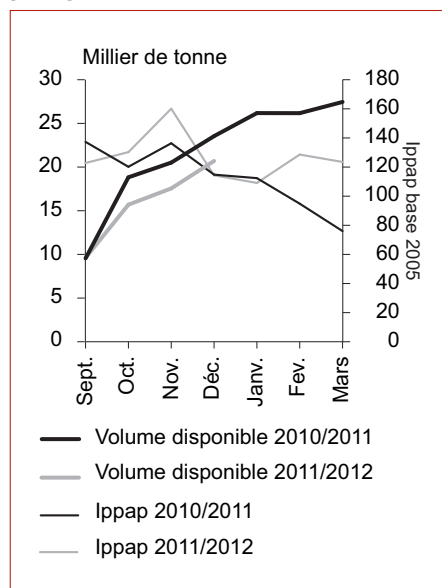
Salades : des importations très élevées en décembre 2011



Source : DGDDI (Douanes)

la salade, volumes en baisse et prix en hausse, bénéficie au marché de l'endive avec une embellie sur les prix en février et mars, période traditionnellement peu favorable à ce légume. Fin mars, l'activité commerciale est plus difficile. Des retraits et des transferts vers l'industrie de transformation soutiennent le marché. Cette campagne de commercialisation semble à cette date se situer dans la moyenne des dernières campagnes.

Endive : offre limitée, prix plus élevés



Sources : Agreste, DGDDI (Douanes)

Sources et définitions

Définitions

- Consommation apparente = Production + Importations – Exportations
- La consommation apparente correspond au disponible
- Indicateur du chiffre d'affaires = Prix moyen calculé * Production estimée/100 000

Sources

- Prévisions de production issues de l'enquête de conjoncture légumes : Agreste
- Statistique Annuelle Agricole : Agreste
- Indice des prix à la production des fruits et légumes : Agreste
- Cotations : FranceAgriMer-RNM (Réseau 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 »
- Infos Rapides Climatologie n° 11/12 : « L'automne indien » novembre 2011
- « En 2011, cumul des difficultés dans la commercialisation des légumes d'été », Synthèses Légumes n° 2011/161, octobre 2011
- « 2011, une année climatique contrastée », Synthèses Climatologie n° 2011/159, octobre 2011
- « Une campagne difficile pour les légumes d'hiver », Synthèses Légumes n° 2011/145, avril 2011
- « 2009/2010 : une campagne difficile pour tous les légumes d'hiver », Synthèses Légumes n° 2010/105, mars 2010
- « Légumes d'hiver : le froid hivernal fait grimper les prix », Synthèses Légumes n° 2009/75, juin 2009
- « Les intempéries limitent la production des légumes d'hiver », Synthèses Légumes n° 2009/64, mars 2009
- « Légumes : une fraîcheur estivale peu favorable aux prix à la production », Synthèses Légumes n° 2009/47, octobre 2008

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

Organismes et abréviations

- DGDDI : direction générale des douanes et des droits indirects



Agreste : la statistique agricole

Ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation, de la Pêche
de la Ruralité et de l'Aménagement du Territoire
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

© Agreste 2012

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