



Octobre 2011

Synthèses n° 2011/161

En 2011, cumul des difficultés dans la commercialisation des légumes d'été

La campagne de commercialisation des légumes d'été a été impactée à la fois par des conditions climatiques atypiques, avec un printemps estival et un été plutôt automnal et par la crise liée à la bactérie E-Coli. Les légumes d'été à consommer plutôt crus comme le melon, la tomate et le concombre ont été fortement marqués par cette crise au mois de juin. Leur consommation a ensuite également été pénalisée par le temps frais qui a sévi en juillet. La précocité des produits d'été a été également un élément perturbateur pour cette campagne, entraînant des problèmes de concurrence, entre les différentes provenances nationale et internationale. Dans ce contexte de difficultés consécutives, les niveaux de prix sont restés bas pour ne se ressaisir que tardivement au mois d'août.

Une campagne contrastée entre légumes à cuire et à consommer crus

La campagne de commercialisation des légumes d'été 2011 est finalement diversement orientée : d'un côté les légumes dits à consommer cuit, de l'autre les légumes dits à consommer cru. Les premiers tirent leur épingle du jeu bénéficiant à la fois d'un probable report de consommation dû à la crise de l'E-Coli et d'une météo maussade durant les mois d'été qui permettent aux prix de se maintenir globalement dans la moyenne 2006-2010. Les autres, comme la tomate ou encore le

melon, ont cumulé les difficultés à l'image de celles du concombre : une précocité des récoltes provoquant de vives concurrences entre produits et entre zones géographiques, un consommateur qui se détourne des produits pour cause de suspicion durant la crise de l'E-Coli, et enfin un temps d'été médiocre peu favorable à la consommation de ces produits. Les prix ont été bas notamment en juin. En septembre, avec le retour de températures plus clémentes et le recul des productions, les prix se redressent. Pour ces produits, la commercialisation restera décevante, les cours trop tardivement haussiers.

2011, le marché du concombre s'améliore en fin de campagne

Malgré une production de concombre français estimée en baisse (- 5 %) par rapport à la campagne précédente, la commercialisation de ce produit dès l'arrivée des premiers volumes sera compliquée. De fait, le disponible sur le marché – Production + Importations – Exportations – est supérieur en moyenne de 15 % par rapport au disponible moyen des cinq dernières années. Fortement concurrencé par l'offre européenne et face à une demande faible, des concessions de prix sont rapidement opérées. De fait,

du mois de février au mois de mai, les produits importés sont en augmentation de plus de 20 % par rapport à la moyenne des cinq dernières années et par rapport à l'an passé. Les prix demeurent bas même si les premiers jours ensoleillés en avril activeront un temps la demande permettant une remontée ponctuelle des prix. Les températures estivales des mois d'avril et mai ont largement favorisé la pousse des végétaux provoquant des arrivées précoces et brutales des légumes d'été avec comme conséquence des télécopages entre les différents bassins de production en France et hors frontières. Durant cette période, la consommation a été globalement bonne, dopée par le beau temps.

C'est dans ce contexte que la grave crise du concombre arrive. Ainsi, souvent assimilé à son homologue espagnol tenu responsable dans un premier temps de la crise, le concombre français a été particulièrement touché, déséquilibrant un peu plus un marché déjà fragile. En juin, la commercialisation de ce légume sera même durant quelques jours quasiment arrêtée. Le coup de frein sur les importations (- 60 % par rapport à la moyenne 2006-2010 du même mois) réduira nettement l'offre sur le marché. Pour autant, les prix resteront bas. Tous les bassins de production sont touchés par cette crise, des arrachages précoces ont lieu et le potentiel de la plante est volontairement limité pour faire face à la déstabilisation durable du marché. Ainsi le potentiel de récolte a été nettement limité aux mois de juin et de juillet, respectivement - 16 % et - 9 % par rapport au potentiel prévu en début de campagne. Malgré les démentis officiels, la confiance endommagée à tort ne reviendra que tardivement dans la saison. En effet, en juillet, le marché reste difficile, les températures automnales ne favorisant pas la consommation.

Au mois d'août, le marché s'améliore grâce à un meilleur équilibre entre l'offre et la demande. La consommation dynamisée par un retour à des températures plus élevées sera suffisante face aux volumes et permettra aux cours de se hisser quasiment au niveau de ceux de l'an passé. En septembre, ils seront supérieurs à ceux de

la moyenne 2006-2010 (+ 12 %). Si cette campagne se termine plutôt positivement, il n'en reste pas moins que sur l'ensemble, la campagne 2011 du concombre est décevante. Durant cette période, le consommateur méfiant a semblé se replier vers les légumes d'été plutôt à cuire comme la courgette ou les premières carottes.

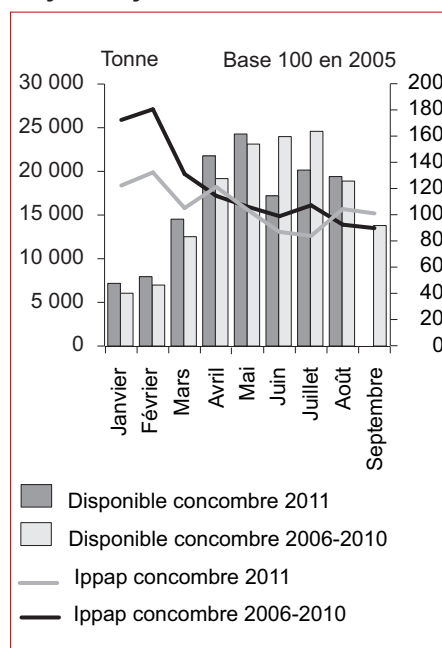
Courgette : une campagne 2011 globalement satisfaisante malgré un début délicat

La production de courgette pour la campagne 2011, estimée en hausse de 2 %, a été dopée par les fortes chaleurs du printemps. Les volumes de plein champ arrivent ainsi précocement sur les étals des marchés. Les volumes récoltés sont supérieurs d'environ 10 % par rapport à ceux de l'an passé aux mois de mai et juin. Cet apport rapide de courgettes déstabilise en mai un marché déjà fragilisé par la concurrence habituelle des courgettes importées et par des températures de début de printemps peu profitables à ce légume à cuire. La courgette en mai sera déclarée en crise conjoncturelle. Malgré un disponible sur le marché

inférieur à la moyenne 2006-2010, les importations sont pourtant plus limitées avec une baisse de 10 % au mois de mai. En juin, les importations en courgette sont en nette diminution (- 33 % par rapport à la moyenne 2006-2010). Cette forte diminution est probablement en lien avec la crise de l'E-Coli qui semble s'étendre à de nombreux produits d'importation.

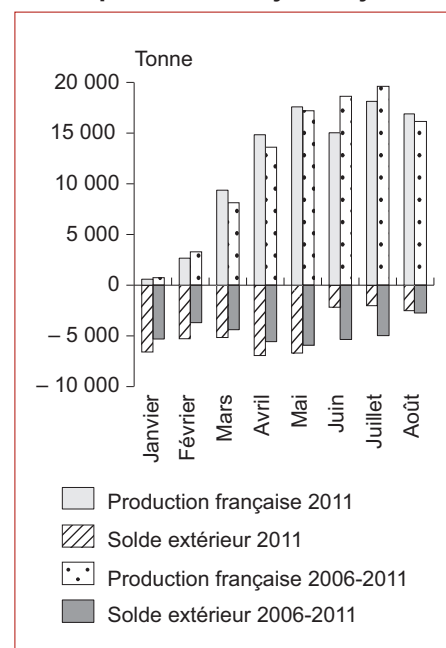
En juin, le marché se redresse, les produits de l'hexagone semblent avoir la préférence des consommateurs. Les prix reprennent un peu de hauteur et enregistrent une nette hausse aux mois de juillet et août et sont supérieurs à la moyenne 2006-2010 des mêmes mois. De fait, le temps maussade des mois de juillet et août bénéficie à la vente de courgette d'autant que la suspicion envers les autres produits d'été à consommer « crus » semble toujours bien présente. À partir de la fin du mois d'août, le retour à des températures plus douces éloigne le consommateur de ce produit, la concurrence entre bassins producteurs mais surtout avec les produits en provenance d'Espagne s'active. Sous cette pression de vive concurrence, les

Le disponible en concombre sur le marché en forte baisse en juin et juillet



Sources : Agreste, Insee, DGDDI (Douanes)

Forte baisse de la production nationale et surtout des importations en juin et juillet



Sources : Agreste, DGDDI (Douanes)

prix baissent. La campagne de la courgette est en demi-teinte, profitant cet été à la fois d'une période climatique maussade et d'une concurrence espagnole affaiblie par la crise de l'E-Coli, après un début de campagne difficile.

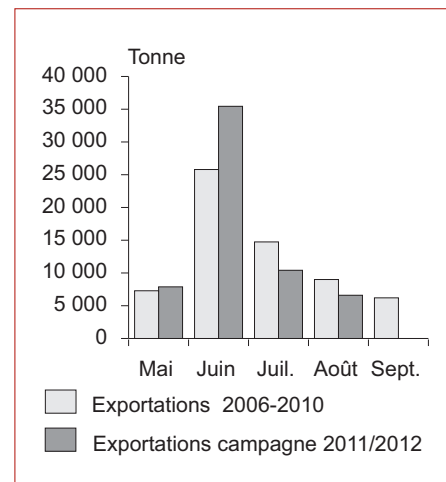
Carotte : une production qui ne connaît pas la crise

La production de carotte pour la campagne 2011/2012 est estimée en hausse de 4 % par rapport à la moyenne des cinq dernières campagnes. Les premiers volumes arrivent au mois de mai dans un marché alimenté par des carottes en provenance d'Espagne. Si, pour ce premier mois de campagne les volumes disponibles sont en hausse par rapport à la moyenne, une baisse très nette de l'offre sur le marché est observée par rapport à la moyenne 2006-2010 de juin. De fait, les débouchés à l'exportation sont dynamiques, probablement en lien

avec la baisse de la concurrence espagnole. Les exportations de carottes françaises sont en hausse de 37 % au mois de juin tandis que les importations restent stables. La crise de l'E-Coli du concombre espagnol a peut-être un temps bénéficié aux productions de carottes françaises. Cette offre réduite sur le marché a permis aux prix de rester fermes. Ainsi au mois de juin, l'indice des prix à la production pour ce légume était supérieur de 13 % à la moyenne quinquennale alors que celui de l'ensemble des légumes était de moins 10 %. Les mois suivants, avec l'arrivée des productions locales dans les différents pays, les exportations ralentissent. Le marché se tasse et devient routinier malgré une météo maussade plutôt favorable à la consommation de ce légume. Les prix faiblissent mais se maintiennent dans la moyenne de saison même si en septembre la douceur des températures détourne le consommateur de ce pro-

duit. La carotte a plutôt mieux résisté que les légumes à consommer crus face à la crise du printemps.

Dynamisme important des exportations de carotte en juin 2011



Sources : Agreste, DGDDI (Douanes)

Sources et définitions

Sources

- Productions : Agreste SAA et conjoncture
- Ippap : Agreste, Insee
- Données de commerce extérieur : DGDDI (Douanes)

Définitions

- Disponible = Production + Importations – Exportations
- Ippap : Indices des prix des produits agricoles à la production

Pour en savoir plus

Toutes les informations 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 », « Concombre », Courgette », « Melon », « Tomate »
- « Avril 2011 : une campagne difficile pour les légumes d'hiver », Synthèses Légumes n° 2011/14591, avril 2011
- « Fruits et légumes : Intempéries, importations limitées avec des prix en hausse en 2010 », Synthèses Légumes n° 2010/130, octobre 2010
- « 2009 : l'année des difficultés pour les légumes d'été », Synthèses Légumes n° 2009/91, octobre 2009
- « 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
- « Campagne moyenne pour les légumes d'hiver », Synthèses Légumes n° 2009/77, juin 2008
- « Chou-fleur en légère reprise dans la campagne 2007/2008 », Synthèses Légumes n° 2009/17, avril 2008
- « Le déficit des échanges de légumes frais continue de se creuser en 2007 », Synthèses Légumes n° 2009/12, mars 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 droits indirects

SAA : statistique agricole annuelle



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
ISSN : 1274-1086

© Agreste 2011

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