



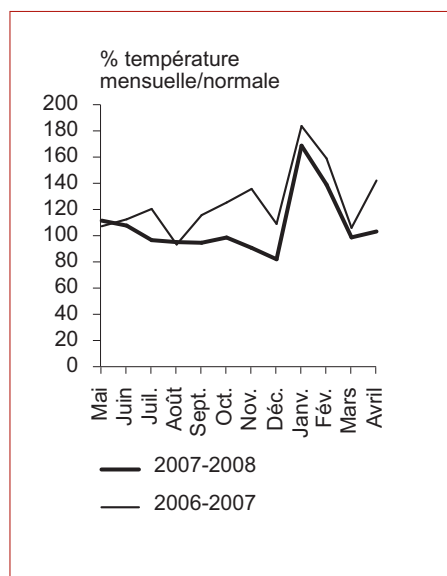
Juin 2008

Synthèses n° 2008/27

Campagne moyenne pour les légumes d'hiver

La production des légumes de l'hiver 2007/2008 a été contrariée par un automne frais et un hiver très doux, d'autant que ce phénomène a été général dans l'ensemble de l'Europe. Les calendriers de production ont été modifiés par rapport à ceux de l'an passé. Les marchés ont été perturbés par des concurrences plus vives entre régions productrices mais également entre les différentes variétés de légumes. La morosité des marchés s'est étendue à l'ensemble des légumes d'hiver. Globalement, la campagne de légumes d'hiver - carotte, endive, chou-fleur - a été finalement moyenne, sauf pour la laitue, dont l'hiver a été particulièrement difficile avec une rentrée en crise en février.

Automne froid et hiver chaud



Source : Agreste - Météo France

Carotte : calendrier de production et commercialisation perturbés par les conditions météorologiques

La réduction des **surfaces** au niveau national se poursuit (- 1 %). Cette diminution concerne le seul bassin de l'Ouest (- 7 %).

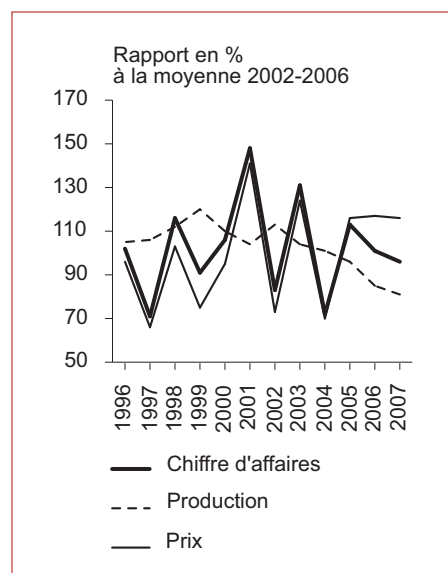
La **production** nationale de carotte est limitée pour la campagne 2007/2008. Tous les bassins sont concernés par cette baisse de production. En effet, les conditions météorologiques ont perturbé le calendrier de production. Ainsi, la production d'août et septembre marquant l'arrivée de la carotte d'hiver, était en recul de 10 % par rapport à l'année précédente. De plus, à la suite du coup de froid de novembre, le Sud-Ouest,

principal bassin de production, a enregistré une baisse de 30 % de sa production au mois de décembre 2007. Les carottes d'hiver représentent 76 % de la production totale de carotte.

Le **marché** a manqué de dynamisme. Le déficit de l'offre au début de cette campagne d'hiver a permis aux prix de se maintenir à un niveau plus élevé que celui de l'an passé et nettement au-dessus de celui de la moyenne quinquennale. À partir de novembre, les prix fléchissent légèrement jusqu'au dernier mois de campagne dans un marché peu actif. Contrairement aux autres légumes d'hiver, le coup de froid du mois de novembre n'a pas dynamisé la demande en carotte. Aussi, la hausse habituelle des cours de la carotte au mois de jan-

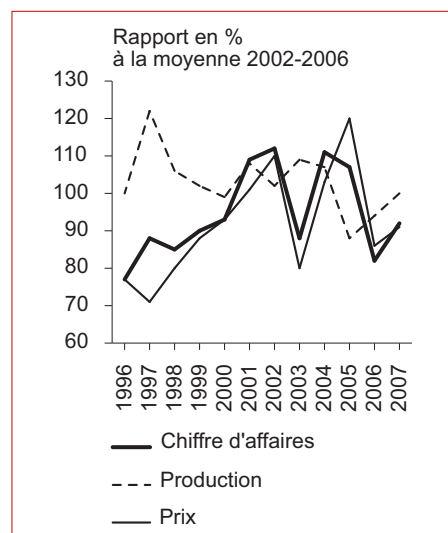
vier n'est pas survenue. Ceux-ci ont même fléchi pour passer en dessous de la moyenne quinquennale. Ainsi la campagne de commercialisation s'achève dans la morosité. Cependant, même si elle a été plus difficile depuis le mois de décembre, la commercialisation est satisfaisante. L'indicateur du chiffre d'affaires est en diminution de 5 % par rapport à celui de l'an passé, mais correspond à la diminution de la production. Sur les cinq dernières années, l'indicateur de chiffre d'affaires est en retrait de seulement 4 %, contre - 19 % pour la production en lien avec une baisse de 6 % des surfaces.

Carotte : baisse du chiffre d'affaires liée à celle de la production de carotte



Source : Agreste

Campagne de chou-fleur 2007/2008 : chiffre d'affaires soutenu par la hausse de la production



Source : Agreste

Chou-fleur : campagne atypique avec un pic de production en janvier

Les **surfaces** en chou-fleur diminuent. Elles régressent de nouveau pour la campagne 2007/2008 de 5 %, après la stabilité de la campagne 2006/2007. Elles diminuent de 9 % sur les cinq dernières années. À dire d'experts, certains producteurs diversifient leurs cultures, se tournant vers d'autres légumes frais ou bien vers les cultures céréalières.

Cependant la **production** est en hausse de 6 % par rapport à la campagne précédente. En effet, de meilleurs rendements ont été obtenus grâce à l'utilisation de plus en plus fréquente par les producteurs de variétés hybrides. Au cours de cette campagne, un volume de 366 milliers de tonnes a été produit. La succession de conditions climatiques très diverses ont fortement influencé le calendrier de production du chou-fleur en France. Ainsi la production de chou-fleur d'automne a démarré en retard et celle d'hiver en avance, provoquant un télescopage. Le pic de production s'est donc produit en janvier, ce qui est inhabituel.

C'est donc tout naturellement que les **marchés** se trouvent déséquilibrés à cette période, d'autant que ce phénomène s'est également produit en Europe. Pourtant, la commercialisation du chou-fleur avait bien commencé avec des prix élevés pour le début de la saison du chou-fleur d'automne. Le temps frais a eu pour effet de doper la consommation de celui-ci, mais en a également freiné la production. Très vite les épisodes de redoux de l'automne favorisent nettement les mises en marchés, avec pour conséquence le début de la baisse des cours. Dans un premier temps, les exportations et les transferts vers l'industrie de transformation ont permis l'écoulement du produit. Mais, dès le mois de janvier, la surproduction du chou-fleur, due au redoux persistant dans l'ensemble de l'Europe, a entraîné une saturation des marchés. De nombreux invendus ont été enregistrés. Il faut attendre la baisse des volumes en avril, le temps froid en fin de campagne, pour un retour à des prix élevés pour la saison, dans un marché redevenu dynamique particulièrement à l'exportation.

Bien que cette campagne soit atypique, l'indicateur du chiffre d'affaires est en hausse de 12 % par rapport à la précédente campagne précédente. Celui-ci est tiré à la fois par une bonne tenue des prix en début de campagne et par des volumes supérieurs à ceux de la campagne précédente. Cependant, cet indicateur de chiffre d'affaires est inférieur à celui de la moyenne des cinq dernières années, conséquence du prix moyen également inférieur à cette même moyenne. Toutefois, cette baisse est à relativiser par la diminution des surfaces de 9 % par rapport à la moyenne quinquennale.

Salade : un hiver difficile à passer

En 2007, les **surfaces** d'hiver en salade s'étendant sur 8 400 hectares diminuent pour la chicorée, mais restent stables pour la laitue. Elles se situent ainsi dans la moyenne des cinq dernières années. Les surfaces les plus touchées par cette baisse pour la chicorée sont les surfaces plantées en scarole : elles perdent respectivement, sur un et cinq ans, 9 % et 16 %.

Cependant, la **production** de la chicorée d'hiver est plus élevée que celle de l'an passé de 5 %, soit 99 millions de têtes, et en retrait pour la laitue d'hiver de 4 %, soit 549 millions de têtes. Le temps frais, venteux et sec de l'automne a ralenti la pousse des salades dans un premier temps, provoquant même un creux de production en novembre et décembre. Au contraire, au mois de janvier, la douceur des températures dope la production des salades. Ainsi les volumes les plus conséquents de la campagne d'hiver se prolongent d'un mois par rapport à la campagne précédente.

Cet hiver, la **commercialisation** de la salade a été décevante. La laitue est particulièrement touchée, avec des prix qui s'installent dès le début de la campagne d'hiver en dessous de ceux de la moyenne quinquennale. L'offre et la demande restent très modérées. Le marché à l'exportation est irrégulier et concurrencé par la Belgique. La traditionnelle période des fêtes de fin d'année, favorable à l'ensemble des salades, a relancé la demande, permettant aux prix de se ressaisir un peu. En revanche, dès janvier, la douceur

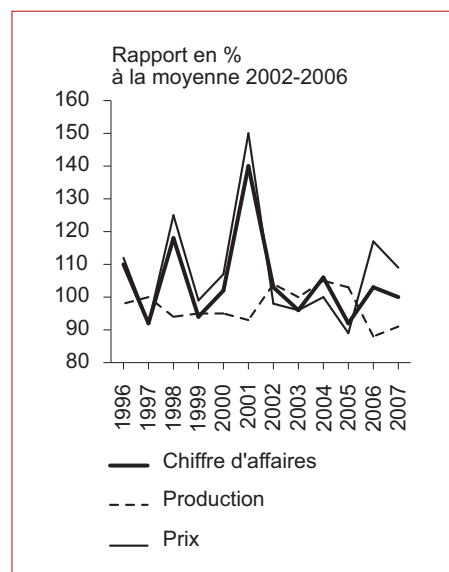
des températures dope la production de l'ensemble des variétés de salades dans toutes les régions productrices européennes provoquant ainsi une vive concurrence. Au début de l'année, importations et exportations sont en baisse. En février, le marché est dés-équilibré et confrontée à la crise. Situation inhabituelle à cette période, les prix chutent durablement et des retraits ont lieu. La fin de campagne

retrouve un certain équilibre, favorable à la chicorée, qui enregistre une hausse des prix, contrairement à la laitue. Et même si, pour la salade, l'indice des prix des produits agricoles à la production (Ippap) est supérieur de 2 % par rapport au même mois de l'an passé et de 31 % par rapport à la moyenne quinquennale, cette campagne aura été très difficile.

Sur l'ensemble de la campagne de la salade d'hiver, l'indice moyen des prix des produits agricoles à la production est tout de même supérieur à celui de l'an passé de 10 % mais reste inférieur de 1 % par rapport à l'indice moyen quinquennal.

Les mises en bacs des endives permet de maîtriser en partie la production. Dès septembre, l'endive est de retour sur **les marchés**. Toutefois, l'offre est moins importante que prévu sur les deux premiers mois de la campagne, en raison de problèmes sanitaires et de qualité et les prix ont été d'un bon niveau, s'alignant presque sur leur niveau de 2006 à la même période. Mi-novembre, les températures douces mais également les prix attractifs de la salade concurrente, semblent détourner le consommateur des endives. Les prix ont donc chuté face à la montée en puissance de l'offre d'endives et de cette demande peu dynamique. Décembre et janvier marquent le retour à un marché plus dynamique dans un contexte d'offre importante, avant de se dégrader à nouveau. Malgré les mises en avant et les dégagements vers l'industrie, le marché est resté déséquilibré et fragile sur les derniers mois, n'échappant pas à la morosité des marchés des légumes d'hiver. Finalement, pour cette campagne, l'indicateur du chiffre d'affaires devrait se situer dans la moyenne quinquennale. Les prix étant inférieurs à ceux de la campagne précédente, l'indicateur du chiffre d'affaires devrait être également inférieur à celui de l'an passé (- 3 %). La progression de la production compense en effet en partie la baisse des prix.

Endive : une campagne 2007/2008 moyenne



Source : Agreste

Endive : forte concurrence des autres salades

Les **surfaces** en racines d'endive sont stables pour la campagne 2007/2008 par rapport à l'année précédente. Ces surfaces ont tout de même diminué de 12 % en cinq ans.

La **production** de racines d'endive est quasi stable. À 226 milliers de tonnes, la production estimée de chicons augmente de 5 % par rapport à celle de l'an passé particulièrement faible. Les rendements sont également meilleurs que ceux de l'an passé. La possibilité pour les producteurs de réguler les

Sources

- Prévisions de production issues de l'enquête de conjoncture Légumes réalisée par le Scees
- Service des Nouvelles de Marché
- Fel Actualités d'Interfel

Pour en savoir plus

Toutes les séries conjoncturelles sur les légumes sont présentes dans l'espace « Données en ligne » du site Internet de la statistique agricole : www.agreste.agriculture.gouv.fr

Et aussi les publications Agreste Conjoncture :

- Infos rapides Légumes, avril 2008
- « Une campagne qui n'a pas tenu ses promesses », Infos rapides Carotte, avril 2008
- « Campagne meilleure que la précédente », Infos rapides Chou-fleur, mai 2008
- « Offre limitée en mars », Infos rapides Endive, avril 2008
- « Déception pour la laitue », Infos rapides laitue, avril 2008
- « Goût amer pour la fin de campagne », Infos rapides Chicorée, avril 2008

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



Agreste : la statistique agricole

Ministère de l'Agriculture et de la Pêche
Secrétariat Général
SERVICE CENTRAL DES ENQUÊTES ET ÉTUDES STATISTIQUES
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

Directeur de la publication : Philippe Bonneau
Rédacteur : Joëlle Fressignac
Composition : SCEES Beauvais
Dépôt légal : À parution
ISSN : 1274-1086
© Agreste 2008

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