



Avril 2011

Synthèses n° 2011/145

## Une campagne difficile pour les légumes d'hiver

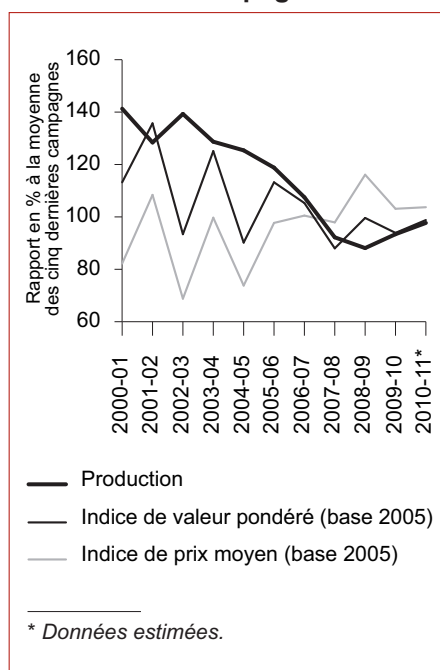
**L**a campagne de légumes d'hiver 2010/2011 se déroule dans un marché calme. La neige au mois de décembre perturbe les livraisons et entraîne une baisse des volumes mis en marché. Les prix réagissent à la hausse. Mais, dès le mois de janvier, le marché routinier rencontre des difficultés de commercialisation pour l'ensemble des légumes, carotte, chou-fleur, endive, salade et poireau. Les prix se positionnent alors à un niveau parfois bas.

### Carotte : une campagne de commercialisation inférieure à la moyenne quinquennale

En France, les surfaces cultivées pour la carotte en frais sont en reprise régulière depuis ces quatre dernières campagnes et enregistrent en 2010/2011 une progression de 3 % par rapport à la campagne précédente. De fait, la production de carotte en frais, qui s'élève à 331 000 tonnes augmente également de 5 %. La répartition mensuelle des volumes récoltés diffère toutefois de celle de l'an passé. Les volumes ont été plus importants que d'ordinaire entre le mois d'octobre et celui de février.

Les échanges commerciaux avec l'ensemble des pays ont été plutôt moins dynamiques que précédemment depuis le début de cette dernière campagne entre mai et janvier. Pour la campagne 2010/2011, le solde du

### Carotte : un indice de valeur de la production dans la moyenne des dernières campagnes



Sources : Insee, Agreste

commerce extérieur est négatif avec un déficit de 12 400 tonnes sur cette période alors que, sur la moyenne quinquennale de ces mêmes mois, il est excédentaire de 7 000 tonnes. Les exportations de carottes se réduisent d'année en année. La baisse enregistrée depuis mai 2010 est de 23 % par rapport à la moyenne quinquennale des exportations de carottes. Les importations enregistrent contrairement aux années précédentes une légère baisse depuis le début de cette campagne, par rapport à l'an passé et à la moyenne quinquennale sur cette période (- 1 %).

Entre la hausse de la production nationale et la forte baisse des exportations, l'offre de carottes sur le marché est restée supérieure à la moyenne quinquennale, durant la quasi-totalité des mois de la campagne de commercialisation 2010/2011. Seuls les mois de mai, de décembre et janvier ont proposé des

volumes mis en marché à peine inférieurs à cette moyenne. Dès le début de la campagne, la commercialisation de la carotte se déroule dans un marché calme. Ponctuellement, le marché s'anime avec une demande à l'exportation un peu plus active mais qui reste toutefois toujours assez discrète. Les prix inférieurs à ceux de l'an passé se maintiennent dans la moyenne de ces cinq dernières années. C'est dans ce contexte de marché atone que la carotte de conservation se met en place. Il faut attendre la rentrée, en septembre, pour retrouver un peu d'activité sur ce marché, malgré tout freiné par la douceur des températures. Le marché ne s'activera véritablement qu'à l'arrivée des températures plus fraîches à partir d'octobre avec également la mise en place d'actions promotionnelles. La neige du mois de décembre a perturbé les livraisons, faisant également reculer le disponible sur les marchés.

Ce déséquilibre ponctuel, entre offre et demande, permet aux cours d'être revalorisés. Après l'habituelle baisse d'activité durant les fêtes de fin d'année, celle-ci s'anima ponctuellement dans un marché plutôt calme où les prix peuvent être plus discutés. En effet, l'offre sur les marchés, pourtant plus limitée que la moyenne des années passées, fait face à un consommateur qui se détourne de ce produit d'hiver. L'indice de valeur de la production de la campagne de commercialisation de la carotte devrait se situer au-dessus de celui plutôt décevant de l'année dernière et légèrement inférieur à la moyenne des cinq dernières années.

### Chou-fleur : commercialisation plus difficile que les années précédentes

Avec près de 22 600 hectares, les surfaces cultivées pour le chou-fleur sont en hausse de 2 % pour cette campagne 2010/2011, contrairement aux campagnes précédentes. La production, pour autant, est quasiment stable par rapport à celle de l'an passé, mais supérieure à celle de la moyenne quinquennale de 3 %. Les premiers mois de campagne de production, les volumes produits sont inférieurs à

ceux de la moyenne quinquennale et le resteront jusqu'au mois de décembre. La production de choux-fleurs d'hiver est en revanche estimée en hausse de 24 % par rapport à la moyenne des cinq dernières campagnes.

Le solde du commerce extérieur est excédentaire (48 300 tonnes de juin 2010 à janvier 2011). Sur cette période, les exportations ont été dynamiques, supérieures à celles de l'an passé et dans la moyenne. Un net ralentissement s'est produit en décembre, les intempéries perturbant à la fois la pousse des choux-fleurs et leurs livraisons partout en Europe. Les importations sont en baisse sur cette même période par rapport à cette même moyenne.

Depuis le début de la campagne de commercialisation, l'offre en choux-fleurs sur les marchés est inférieure aux volumes moyens des cinq dernières campagnes. Malgré tout, sa commercialisation est marquée par des difficultés, dues à l'inadéquation entre l'offre et la demande. Toutefois, en août, les volumes limités en Europe permettent un temps une amélioration du marché français. Puis, la montée en

puissance des volumes rend le marché compliqué. Celui-ci restera fluide, soutenu par le transfert de produits vers les industries de transformation. L'épisode neigeux de décembre désorganise les ventes à cause des difficultés d'acheminement. De plus, l'anticipation des coupes réduit les calibres.

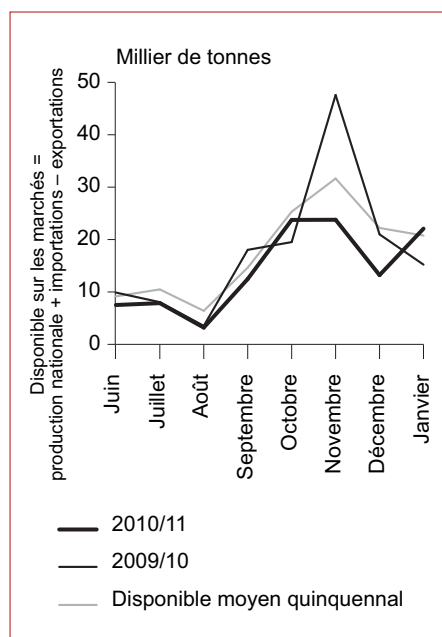
Cette production réduite provoque une nette hausse des cours, limitant parfois la demande du client aussi bien à l'exportation que sur le marché intérieur. Au mois de janvier, le retour de températures douces engendre un développement des volumes ayant un effet négatif sur les prix. Cette situation plus discutée va perdurer en février. Malgré la concurrence des produits espagnols et italiens, la fluidité du marché sera assurée grâce aux exportations et aux industries de transformation. Les prix sont toutefois d'un niveau inférieur à celui de la moyenne des cinq dernières campagnes. À ce stade, la campagne de commercialisation reste proche de la moyenne malgré une fin de campagne difficile. L'indice de valeur de la production devrait se situer en dessous de celui de l'an passé mais également légèrement en dessous de la moyenne quinquennale.

### Poireau : délicate campagne de commercialisation

Les surfaces en poireau diminuent par rapport à la campagne précédente. La production est donc en baisse de 4 % par rapport à l'an dernier et atteint 161 500 tonnes. Pour certains producteurs, la pérennité de cette culture serait remise en question à cause de la commercialisation décevante des deux dernières campagnes.

La commercialisation du poireau d'hiver se met en place dans un contexte de marché du poireau primeur, correct. Les concurrences interrégionales et européenne (Belgique) s'activent dans un marché fragile. Quelques problèmes de qualité du produit créent ponctuellement des difficultés. Le temps froid et neigeux complique la récolte et le transport dans l'ensemble de l'Europe. L'offre nationale réduite et la concurrence limitée permettent une nette augmentation des cours en décembre. Toutefois, dès janvier, le

### Chou-fleur : un disponible sur les marchés limité



Sources : DGDDI (Douanes), Agreste

marché est à nouveau routinier. Les prix baissent nettement. Les transactions à l'exportation permettent de maintenir un certain équilibre du marché. La campagne de commercialisation du poireau est, comme pour la plupart des légumes d'hiver, assez décevante.

### Endive : équilibre difficile entre l'offre et la demande

Les surfaces cultivées pour les racines d'endives sont en baisse comme les années précédentes. Sur les cinq dernières campagnes, cette baisse est de

16 % et entraîne une baisse de la production de racines d'endives de 4 %. La production de chicons diminue également de 6 % se situant à 208 000 tonnes pour la campagne 2010/2011. Ce niveau correspond à un retour à la normale après le bas niveau de production de l'an passé. Côté commerce extérieur, les exportations sont inférieures à la moyenne des cinq dernières campagnes sur les cinq premiers mois de la campagne mais supérieures à 2009/2010. Les importations sont en recul.

Les campagnes de production et de commercialisation de l'endive débutent en septembre. Sur ces premiers mois de commercialisation, l'offre mensuelle disponible sur les marchés est inférieure au niveau de la moyenne des cinq dernières campagnes. Elle est toutefois supérieure aux volumes de l'an passé. Malgré cette offre limitée, le marché de l'endive se dégrade. Les actions promotionnelles permettent un temps l'écoulement du produit mais les prix baissent rapidement. Le manque de demande et la concurrence des autres salades se ressentent. Comme pour les autres légumes, les mauvaises conditions climatiques du mois de décembre perturbent la commercialisation des endives. Des stocks sont constitués.

Des écarts de prix seront notés du fait de la qualité hétérogène des produits. La commercialisation reste difficile. La Bretagne semble mieux résister à cette situation critique. L'endive reste sous consommée. Les prix sont en dessous de la moyenne quinquennale. Cette situation rappelle celle de l'ensemble des salades, particulièrement compliquée cette année. À cette date, la cam-

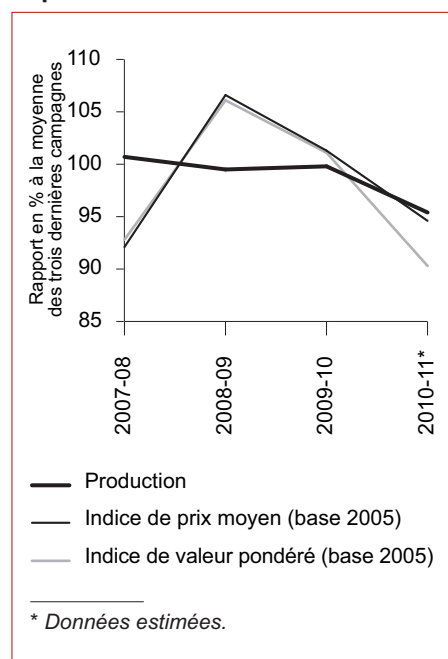
pagne de commercialisation de l'endive semble partie pour être décevante.

### Salade d'hiver : commercialisation en situation de crise

Les surfaces pour la production de salade d'hiver, laitue et chicorée continuent à se réduire. Les surfaces en chicorées baissent de 7 % par rapport à l'an passé et de 14 % par rapport à la moyenne quinquennale. Celles des laitues diminuent de 3 % sur un an et de 9 % sur les cinq dernières années. De fait, la production finalement commercialisée, en léger retrait par rapport au potentiel initial, est également en baisse de 6 % pour la chicorée et de 5 % pour la laitue par rapport à l'an passé. Cette baisse qui touche toutes les variétés, est encore plus marquée par rapport aux cinq dernières années avec un recul de 17 % pour la chicorée et de 16 % pour la laitue. L'ensemble des variétés est concerné.

La commercialisation de la salade d'hiver a débuté dans un marché déséquilibré entre l'offre et la demande. Comme les autres légumes au mois de décembre, la neige et le froid permettront une augmentation des cours d'où une amélioration ponctuelle du marché. Cette situation sera de courte durée. Courant janvier, les difficultés s'installent sur ce marché. Les prix chutent car la demande est faible face à une offre conséquente. Les variétés de chicorée semblent mieux résister que celles de laitue. La dégradation du marché de la salade se poursuit et gagne l'ensemble des variétés. Ce marché entre en crise conjoncturelle au sens du Service national des marchés en février. Cette campagne fait suite à celle déjà décevante de l'an passé.

### Poireau : valorisation de la production décevante



Sources : Insee, Agreste

## 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.

### 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 : Service de la statistique et de la prospective
- Prix : Insee, FranceAgriMer - RNM (Réseau des nouvelles des marchés)
- 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](http://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 », « Endive », Laitue » et « Poireau »
- « 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](mailto:agreste-info@agriculture.gouv.fr)



## 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](http://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](http://www.agreste.agriculture.gouv.fr)