

Bilan

# Une filière en rémission

Résultant d'une contraction des volumes produits et d'une qualité toujours mieux maîtrisée, le marché hivernal de la salade vient de connaître deux années consécutives d'embellie, mais la valorisation des contrats avec la quatrième gamme demeure son point sensible. **JEAN HARZIG**

« **L**e bilan de notre campagne salade d'hiver est positif avec des volumes en progression (13 millions de têtes commercialisées). Nous remontons en salade tendre, car le marché s'améliore alors qu'il se tasse en jeunes pousses et que nous enregistrons un léger recul

en 4<sup>e</sup> gamme », résume Alain Ferrier, dirigeant de l'entreprise d'expédition éponyme basée à Sénas, dans les Bouches-du-Rhône. « Sur le marché intérieur, avec les grands comptes de la distribution, le produit frais va bien, alors que cela a été plus difficile à l'export, contrairement à la campagne précédente. Les perspectives sont porteuses pour la

prochaine campagne. » Le ton est donné par ce témoignage avec, pour explication majeure, les importantes baisses de volumes produits et commercialisés en frais qui permettent au marché de la salade d'hiver de trouver plus régulièrement un point d'équilibre. « Les variétés de salades de serre sont de plus en plus belles, notre qualité progresse, alors que les pratiques de la distribution n'ont sensiblement pas changé », poursuit Alain Ferrier. De fait, la salade est consommée, la crise a même conforté le marché de la première gamme qui pourrait être porteur de développement. Vendue entre 0,99 et 1,29 €, la salade reste un produit bon marché avec un rapport volume/prix intéressant, qui devrait encore le soutenir si la bourse du consommateur venait à s'aplatir.

## Une armée en mouvement

À défaut de statistiques globales solides, Alain Ferrier estime que l'érosion de la production de salades tendres tend à s'amortir, avec aujourd'hui un maximum à 250 millions de têtes, un léger recul des batavias et une progression des laitues pommées. « Nous sommes souvent en manque de laitues, on n'est plus en résistance et le marché est moins anxieux. » À Thuir, non loin de Perpignan, son confrère Julien Battle, dirigeant de Jardins du Roussillon tient un discours sensiblement analogue : « Nous avons vécu une saison hivernale de qualité, même si la fin de parcours a été chaotique en raison de la crise sanitaire. La qualité du produit en hausse réduit sensiblement l'occurrence des litiges. Nous pouvons pratiquer un commerce actif et vivant tout l'hiver résultant d'une situation d'équilibre, voire de léger déficit d'offre. » Du coup, les prix se tiennent à un niveau qui permet aux parties prenantes de gagner leur vie. Structurellement, en Roussillon comme en Provence, le nombre d'opérateurs s'est réduit ces dernières années, leur taille moyenne a progressé, le professionnalisme avec. Mais il peut, quand même, y avoir encore tous les jours un metteur en marché en difficulté qui fait du dégauchement et abaisse artificiellement le prix de référence. Car la filière salades reste désespérément dénuée d'organisation et, a minima, de lieu de collecte des données de marché : « Nous manquons de moyen d'évaluation des emblavements. Moyennant quoi, nous avons une visibilité réduite sur l'offre », déplore Julien Battle.



Cette embellie de marché, Alain Ferrier l'attribue aussi à la stratégie entamée depuis les années 90, en réponse réactive à l'évolution de la demande, un suivi variétal affûté et une planification rigoureuse de la production en lien avec des fournisseurs fidélisés, voire avec sa propre production. Globalgap, HVE, réduction des intrants et des résidus, consolidation des pratiques agronomiques et respect des terres, technicité toujours plus relevée sont les clefs de la consolidation en cours. Pragmatique, Alain Ferrier se dit que la solarisation est une saine invitation à prendre des congés en été ! « Nous sommes avides de producteurs techniques et réfléchis. Nous multiplions les analyses de résidus, les litiges sont quasi inexistantes : à tous les stades, tout le monde y contribue. Une armée en mouvement pour une cohérence d'ensemble », insiste l'entrepreneur.

Alors, tout va bien ? Ici, Julien Battle se veut nettement plus nuancé et se montre carrément critique quand il aborde le sujet de la 4<sup>e</sup> gamme : les prix des contrats avec les industriels n'ont pas bougé depuis quinze ans, ce qui explique pour une bonne part la déshérence actuelle. « Nous sommes désormais à la croisée des chemins : soit, ils réenchangent le business model, soit ils compromettent leur avenir. Les contraintes sont toujours plus relevées, mais elles ne sont pas justement rémunérées ! Or nous ressentons dans le même temps une montée très forte de la demande d'origine France. » Mais le salut pourrait aussi venir de l'étranger, où Julien Battle établit de nouvelles lignes créatrices de valeur. « Nous sommes dans une lutte pour la valeur ajoutée et à ce titre nous sommes prêts à inverser les choses dès cet hiver pour restaurer la viabilité de cette filière. Dans ce cadre, nous envisageons

## Jeunes pousses

### Au défi de l'origine et du prix !



« Les jeunes pousses destinées à la 1<sup>re</sup> gamme emballée évoluent sous le coup d'une annualisation des prix (les productions d'hiver étaient mieux valorisées auparavant). Les cahiers des charges s'alourdissent sans cesse sans contrepartie valorisante », constate Christophe Janson chez Picvert. Dans le même temps, l'opérateur basé dans la Somme voit la demande exiger de plus en plus l'origine France douze mois sur douze et constate l'impossibilité actuelle d'y faire face dans les volumes demandés. Longtemps négligée, l'origine devient un critère important pour le client qui veut désormais un code barre spécifique, ce qui ne manque pas de compliquer l'organisation du conditionnement. Et l'opérateur se questionne : faut-il encore investir dans le sud de l'Europe ou bien développer des cultures sous abris en France, au risque de devoir déployer des « mers de plastique » pour faire face à la demande ? « Il y a un vrai décalage entre ce que le consommateur demande et ce qu'il est prêt à payer », poursuit Christophe Janson.

En parallèle, la concurrence italienne s'intensifie avec un produit sous abris moins qualitatif (car fragile et peu coloré), moins cher, mais qui induit une référence de prix intenable pour le producteur français. « Nous cumulons contraintes sociales et engagements qualitatifs et environnementaux, mais tout cela semble normal à l'aval qui n'est pas prêt à le rémunérer. Picvert cultive dans le respect des hommes et de l'environnement, notre implication dans l'association Demain La Terre en est la preuve, nous ne souhaitons pas renoncer à ces valeurs, mais la pression du marché nous met une contrainte terrible. En quelques années, ce qui fut naguère un produit à valeur ajoutée est devenu un produit d'appel... » En région nantaise, Bertrand Redureau, producteur de légumes, membre de l'OP Nanteurop décrit un marché de la jeune pousse sous tension, notamment durant la période de confinement, avec la défaillance quasi totale de la RHD, alors que la jeune pousse est typiquement un produit destiné à la restauration. « Elle constitue une culture beaucoup moins technique que la mâche, la rotation est facile », nuance le producteur. « Un semoir, de l'eau, c'est simple. C'est plus compliqué en bio et le cahier des charges induit beaucoup de pertes. On a de plus en plus recours aux filets, aux bineuses, mais la barrière entre bio et conventionnel est de plus en plus ténue et l'arrêt brutal du métamsodium pour la désinfection des sols a encore accéléré un processus déjà bien engagé chez nous. » Nanteurop a fait le choix de la bio plutôt que la HVE ou le zéro résidu de pesticides. Mais, derrière, il y a aussi des pratiques agronomiques vertueuses faites de rotations, de diversification des cultures, d'échanges de parcelles et de remontée du niveau de matière organique dans les sols.

# ULMA

La SIENNA améliore son niveau de performance :

- ✓ Jusqu'à 80 cycles/min
- ✓ Polyvalente
- ✓ Changement rapide de format
- ✓ Scellage sur tout type de matériaux (film, biosourcé ou papier)



5, Avenue Lionel Terray Le Mas des Entreprises Lot D8 - 69330 Meyzieu - +33 4 72 05 68 90 - info@ulmapackaging.fr





## Laitues de serre 2020-2021

### Nos 3 nouveautés phares



**Feuille de chêne**  
Kineta RZ  
(82-102 RZ)



**Feuille de chêne**  
Ayarai RZ  
(82-530 RZ)



**Batavia hiver**  
Kenzie RZ  
(80-268 RZ)



Retrouvez nos catalogues sur [www.rijkszwaan.fr](http://www.rijkszwaan.fr)

- > Laitues de serre
- > Semences biologiques et non traitées

Sharing a healthy future

des arbitrages... Nous avons fait beaucoup d'efforts de réduction de nos coûts, aujourd'hui, nous sommes à l'os : on ne peut plus rien rogner ! Nous évoquons le problème avec nos clients depuis des années, mais s'ils ne changent pas ils risquent d'affaiblir leur sourcing. Notre devoir est d'assurer un avenir aux producteurs qui nous font confiance.»  
Chez Les Crudettes, Thierry Julien confirme la part croissante de l'ori-

des densités de plantation, ralentissement du cycle, aération, qui permettent d'avoir un produit de qualité et ainsi de les rapatrier. « Cela impose de changer les habitudes, mais en définitive les coûts de production ne sont pas fondamentalement plus élevés, car les rendements sont analogues en poids et les pertes sont réduites. Et, pour nous, il est plus confortable de sourcer dans un rayon de 50 km autour de nos usines

**« La plasticité des variétés  
aux conditions climatiques est  
désormais une qualité essentielle. »**

gine France dans son sourcing, favorisée par le changement climatique qui permet de démarrer plus tôt le plein champ dans le Nord et de le finir plus tard, mais aussi par la technicité des producteurs : « Nous sommes considérés par nos clients comme des industriels, nous devons donc être capables d'assurer un taux de service très important, ce qui nous impose de diversifier les bassins de production. » Car, par exemple, si le mois de novembre est trop doux, une variété d'hiver pourra être mise en difficulté.

Pour Thierry Julien, la plasticité des variétés aux conditions climatiques est désormais une qualité essentielle. Si pour le moment la laitue d'hiver reste majoritairement cultivée en plein champ dans la région espagnole de Murcie, Thierry Julien cherche avec ses fournisseurs français les solutions techniques, réduction

de Cabannes (Bouches-du-Rhône) et de Châteauneuf-sur-Loire (Loiret). Quant à la laitue iceberg, c'est principalement Bretagne et Val de Loire en été et 100% Espagne en hiver. Globalement, nous n'avons pas de problèmes sanitaires majeurs sachant que les producteurs sont de plus en plus affûtés en matière de biocontrôle. Les niveaux de conformité sont très relevés car les producteurs sont de plus en plus techniques et très dynamiques en la matière. » Porteuse d'allègements des coûts et des problématiques sociales, la mécanisation progresse dans l'accompagnement de la production et de la récolte, mais la coupe demeure manuelle. Côté désherbage, celui-ci ne peut être que mécanique après plantation, sur fond d'orientation vers une certification HVE. Les automates ne sont pas encore au point, mais c'est sans doute pour bientôt... ■

