

Les à-coups de volumes dans la saison, en fonction de la météo, pèsent sur l'ensemble du marché.



2022 commence bien dans les îles. On part pour un bon cru qualité, sûrement le meilleur, malheureusement affaibli par la flambée des coûts de production en cours. »

Les opérateurs du Haut-Poitou ambitionnent de « refaire de la qualité », après une saison 2021 catastrophique à cause des aléas climatiques en pleine saison. Ils parient sur de meilleurs prix en début de saison « pour compenser la hausse des coûts de production », et grâce à la baisse des volumes venant d'Espagne, ce qui pourrait éviter les chevauchements de calendriers. En matière d'animations, le collectif investit les radios campus, en plus d'un spot TV prévu cet été, après une première année 2021 test. « Cela permettra de mobiliser les étudiants. En parallèle, les

producteurs participent à des forums sur l'emploi », précise Camille Raimbault. Laurent Chevallier, producteur au Clos Rabelais (170 ha, auxquels s'ajoutent 10 % en bio sur le site de Chinon avec la reprise de la SARL Richard), table quant à lui sur un maintien de surfaces, ainsi que 3 ha en pastèque bio. « Nous cherchons à consolider notre position », commente-t-il, rappelant être revenu dans l'IGP du Haut-Poitou l'an dernier et avoir récemment intégré la démarche Demain la Terre. « C'est une voie d'avenir. Nous allons nous développer dans le durable, essayer d'être plus autonome en énergie. L'actualité nous y pousse. »

Le semencier HM Clause, un des leaders en melon, confirme continuer à « croire au melon ». « Nous

avons une bonne génétique, avec une gamme de trente variétés en France, qui peuvent répondre à l'ensemble des attentes en production, par segment et par bassin, pour toutes nos catégories de clients. Nous sommes actuellement présents avec de belles variétés, comme Bakara ou Arkade qui apportent de la tenue au champ et en station, c'est-à-dire une souplesse de récolte qui permet de lisser les à-coups de production, avec en même temps, une offre gustative satisfaisante pour le consommateur », estime Christophe Therville, responsable du pôle commercial pour le marché. « J'espère que le marché français va se stabiliser malgré le constat d'une perte de surface globale de 30 % en trente ans ! »

Tous les regards sont rivés désormais sur la Camargue, seul terroir qui a vu ses surfaces augmenter l'an passé, « dans une dynamique qui se met en place pour différentes raisons : disponibilité des terres, rendement supérieur de la culture, aléas climatiques moins impactant », analyse Christophe Therville. Certains comme La Rosée annonce une nouvelle progression de surfaces (+ 10 % en conventionnel et bio), « non pas pour augmenter mais pour ajuster nos volumes sur certaines périodes », précise le technicien Christophe Bernard-Bruno. Mais la crise ukrainienne ayant dopé le cours des céréales, la spéculation est totale dans cette zone avec comme question béante : combien de parcelles melonnières pourraient être converties ?

En tout cas, s'il y a bien un sujet sensible, quelles que soient les années, c'est celui des à-coups de volumes dans la saison en fonction de la météo, qui pèsent sur l'ensemble du marché. « Plusieurs enseignes annoncent qu'elles vont réduire leur gamme, mais le fait que le melon soit un produit particulier, avec sa météo-sensibilité, plaide pour des opérations gros volumes, opportunes, au bon moment. La baisse de volumes annoncée au global est un concept que tout le monde a du mal à croire », commente Jérôme Jausseran. D'autant plus que la demande est forte dès une météo favorable. À quand de nouvelles règles de fonctionnement et des relations commerciales dans cette filière ? Difficile de croire que la situation reste subie, sans leviers d'actions possibles. ■

* Les prévisions de plantation 2022 en surfaces ont été annoncées fin avril, après la date de notre bouclage. Se reporter à nos Cahiers melon 2022, à paraître en juin prochain.

Loi Agec

Cascade d'impacts et tension maximale

Dans ce contexte de campagne incertain et déjà difficile, les conséquences de la loi Agec se font lourdement sentir pour une filière qui n'en demandait pas tant : commandes d'emballages non honorées ou partiellement, dont le prix flambe, absence de visibilité, absence d'étiquettes adhésives home compostable (car pas de solution sur la colle)... La situation est grave et impacte la filière amont dans son ensemble, tel que la décrit Lionel Dufau, dirigeant de Dubon étiquettes, qui possède deux imprimeries spécialisées dans les étiquettes adhésives à Perpignan et Cahors : « Nous faisons face à une très grosse pénurie de matière première sur les complexes adhésifs. Un des principaux fournisseurs de la filière, le groupe UPM, pesant pour 30 % de l'approvisionnement de la glassine en Europe, accuse une grève générale, depuis le 1^{er} janvier et qui va durer au moins jusqu'à début mai. Les conséquences sur les délais et la

disponibilité sont très lourdes. Les commandes passées début avril sont annoncées en livraison début septembre, contre un délai de deux semaines fin 2021. On espère une reprise de la production standard à la fin du semestre, mais compte tenu des retards pris, le retour à la normale est prévu pour la fin de l'année. D'une manière générale, toute la filière papier-carton connaît aujourd'hui de fortes tensions, tant sur les prix que sur les délais d'approvisionnement », détaille-t-il. Sans oublier le bilan carbone et la filière du recyclage du papier-carton qui doivent encore s'organiser en France... Jérôme Jausseran, de Force Sud, qui produit également de la fraise, s'étrangle : « Quand je commande quatre camions d'emballages pour la saison et que j'en reçois un seul, mon fournisseur me demande de m'estimer heureux. Sans aucun autre moyen d'action, sans recours possible pour faire bouger la loi, on ne peut pas rêver pire ».