



LE CONCOMBRE EN 2017

>>> BILAN DE CAMPAGNE

Une campagne très atypique

Par rapport à 2016, la production nationale croît de 4 % (131 727 t) avec une hausse de surfaces de 2 % (578 ha). (source Agreste)

La période printanière se déroule de façon classique. A la veille de l'été, le marché est porteur jusqu'au 14 juillet. Ensuite, la consommation fléchit, la demande baisse et la concurrence se développe. Les cours chutent avec une crise conjoncturelle en août. A l'automne, le marché se redresse modérément.

Faits marquants

De bons échanges entre expéditeurs et enseignes commerciales

La filière amont se satisfait des bonnes relations commerciales avec la grande distribution et le hard-discount. Le concombre est rapidement mis en avant sur les étals contrairement à l'origine espagnole. Même en périodes difficiles, certaines enseignes font tout le nécessaire pour répondre favorablement à la profession.

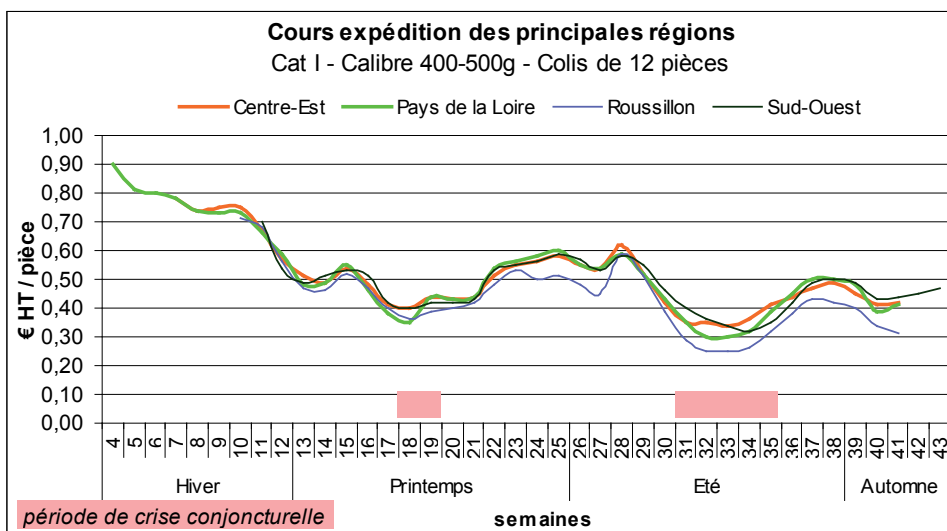
la mi-juillet lorsque la production, stimulée par la canicule de fin juin, se retrouve concentrée. Les plannings se chevauchent. Cela provoque une variabilité de l'offre importante, ne permettant pas une synchronisation entre apport et demande. Même si l'écoulement est régulier, l'évacuation du surplus de récolte est trop lent. La gestion des stocks devient très compliquée.

La météo très variable complexifie la campagne

En 2017, la météo est caractérisée par de fortes amplitudes thermiques et pluviométriques. Cela entraîne un décalage constant entre offre et demande, notamment à partir de la mi-avril. Le problème devient extrêmement complexe à partir de

Un marché estival en crise conjoncturelle

Phénomène jamais observé sur une si longue période, le marché perd de sa force en seconde quinzaine de juillet pour s'effondrer en août où FranceAgriMer (FAM) l'annonce en crise conjoncturelle.



Une campagne très atypique

avec un marché en crise conjoncturelle en pleine période estivale

Le marché n'est pas à l'image des dernières campagnes. Phénomène jamais observé durant cette période, le commerce s'écroule durant l'été. La crise persiste tout le mois d'août où toutes les zones de production sont touchées et de façon plus accentuée dans le Roussillon en seconde partie de la campagne.

SOMMAIRE

- Déroulement de la campagne page 2
- Prix au stade détail page 3
- Chiffres indispensables page 4

FranceAgriMer

RNM
RÉSEAU
DES NOUVELLES
DES MARCHÉS

Déroulement de la campagne

Février

Une entrée en campagne classique avec la région Centre-Val de Loire qui vient compléter l'offre nantaise. Promouvoir rapidement l'origine française dans les magasins est une priorité pour les metteurs en marché.

La configuration du début de la saison est ordinaire. L'Espagne poursuit sa seconde partie de campagne avec une bonne implantation sur l'ensemble des places nationales. Les professionnels sollicitent les enseignes commerciales afin qu'elles basculent rapidement vers l'origine française sur leurs étals. Par la suite, l'offre s'étoffe avec l'entrée en production de nouvelles serres qui donnent une proportion importante de petits calibres. Diverses pistes commerciales nationales et européennes sont activées et donnent entière satisfaction. En fin de mois, le marché retrouve un meilleur équilibre grâce à un plus fort référencement en magasins.

Mars

Le marché est globalement fluide avec de bons référencements en magasins.

En début de mois, la météo maussade stabilise la production avec une part importante de petits calibres. Face à la chute des cours européens, les prix négociés sont revus à la baisse et les transactions sont plus délicates avec les grossistes. Contrairement à l'origine espagnole, la hausse du référencement du concombre français est supérieur à celui de 2016, en GMS (grandes et moyennes surfaces) et en HD (hard-discount). Le lancement des premières promotions se poursuit et complète les ventes.

Avril

Un marché avec deux périodes commerciales opposées. Quatre jours de PAB (prix anormalement bas) en fin de mois.

En première quinzaine, la météo ensoleillée active autant la production que la demande. Le marché est bien équilibré, épaulé par de nombreuses promotions en petits calibres et en 400-500 g. Jusqu'à la veille du week-end pascal, les transactions se poursuivent sur le même élan avec des hausses de prix négociées qui se confirment aisément. Par la suite, la production arrive précocement à son apogée face à une concurrence européenne et nationale plus accentuée. Les concessions de prix ne donnent pas entière satisfaction aux expéditeurs, les stocks croissent en stations. Le projet d'expédier sur le marché intracommunautaire avorte, car il est confronté au même constat. En fin de mois, FAM annonce quatre jours de prix anormalement bas.

Mai

Après une première décade en crise conjoncturelle, le marché se redresse.

A l'apogée de la production, la météo maussade limite la consommation. Les engagements promotionnels assurent une partie des sorties mais la concurrence nordique est présente et impacte la qualité

des négociations tarifaires. En début de mois, FranceAgriMer annonce 6 jours de crise conjoncturelle. Parallèlement, les arrachages et replantations s'amorcent, permettant ainsi le retour modéré à un équilibre commercial avec l'appui de meilleures conditions climatiques. En fin de mois, avec une météo radieuse, les transactions de la semaine de l'Ascension sont fortes avec une plus grande facilité à négocier les lots à la hausse.

Juin

Avec l'aide de la météo, le marché est au beau fixe. Une légère accalmie s'observe en fin de mois.

Les périodes d'arrachages des premières cultures et de replantations se généralisent dans l'ensemble des zones de productions nationales. Ainsi, comme en 2016, le disponible fléchit jusqu'à la fin du mois. Les engagements promotionnels assurent toujours une partie des sorties quotidiennes.

En seconde quinzaine, l'arrivée précoce d'une météo estivale et caniculaire stimule le marché. La demande est de plus en plus soutenue et il est difficile de la satisfaire. Dans ce contexte, la hausse des prix négociés se confirme sans difficulté. En fin de mois, le retour très progressif de l'offre s'amorce avec une météo plus clémente et orageuse pour les dernières semaines. A la veille du premier chassé-croisé des estivants et du début des soldes, la demande est moins soutenue face à une concurrence nordique accentuée. Ainsi, le concombre perd de sa valeur.

Juillet

Passé le week-end du 14 juillet, le marché perd de son élan avec un accroissement des stocks. FAM annonce trois jours de PAB.

Les fortes chaleurs pèsent sur le bon développement des jeunes cultures issues des secondes plantations, avec une part plus importante de petits calibres (300-400 g). La production se stabilise, mais devient insuffisante pour satisfaire la demande. A la veille du week-end prolongé du 14 juillet, le marché est très soutenu. En GMS, les lots européens complètent l'offre nationale.

Passé le week-end du 14 juillet, le commerce s'essouffle avec de gros apports et les cours nordiques chutent. Dans un premier temps, des concessions de prix se pratiquent mais ne suffisent pas toujours à écouler l'ensemble des volumes proposés. La concurrence interrégionale se développe et les cours fléchissent sur l'ensemble des places commerciales. Sur les MIN (marchés d'intérêt national), le ressenti des grossistes est identique. En fin de mois, le marché reste critique avec des stations surchargées en concombres, situation rarement observée à cette période, avec des prix toujours bas. A la veille d'août, FAM annonce trois jours de PAB.

Août

Phénomène jamais observé, le marché du mois d'août se dégrade de

plus en plus. Il est annoncé en crise conjoncturelle par FAM-RNM.

En début de mois, le second pic de la production est atteint. Les récoltes quotidiennes et les resserres de fin juillet ne peuvent être vendues. La baisse des cours néerlandais n'améliore pas la situation. Des concessions de prix sont proposées sans apporter un résultat positif. Trois jours de crise conjoncturelle sont annoncés dès la première semaine. Sollicités par la profession, la grande distribution et le hard-discount développent les mises en avant promotionnelles avec un résultat peu concluant face à une météo contrastée. La filière amont ne trouve pas de nouvelles pistes commerciales nationales ou européennes. La concurrence inter-régionale est de plus en plus accentuée. Ainsi, dans cette impasse commerciale, quelques destructions de lots stockés s'imposent, d'autres ont pour destination les associations caritatives.

En seconde quinzaine, le retour progressif des estivants et des collectivités permet de retrouver un peu plus d'activité. La baisse des volumes stockés est plus régulière. Très progressivement, les prix amorcent une légère hausse, situation qui reste hétérogène dans l'ensemble des bassins de production.

En fin de mois, même si le marché tend à s'assainir, la crise conjoncturelle est toujours d'actualité. La profession reste attentive à la configuration du marché de septembre, avec l'arrivée des premiers concombres espagnols.

Septembre

Sortie de crise, la mise en marché est plus délicate avec l'arrivée du concombre espagnol.

En début de mois, le marché du concombre sort de la crise conjoncturelle (FAM-RNM). Après quelques hausses de prix conjuguées à une baisse de la production, les échanges commerciaux se stabilisent, sans trouver pour autant une forte activité commerciale. Les promotions s'atténuent. Parallèlement, le profil de la fin de campagne nationale prend forme. Par ailleurs, l'arrivée des premiers concombres espagnols et la concurrence nordique s'interposent dans les transactions avec les grossistes et des acteurs de la grande distribution. Ainsi, les cours fléchissent pour maintenir le plus tardivement les lignes commerciales. Le résultat n'est pas toujours concluant.

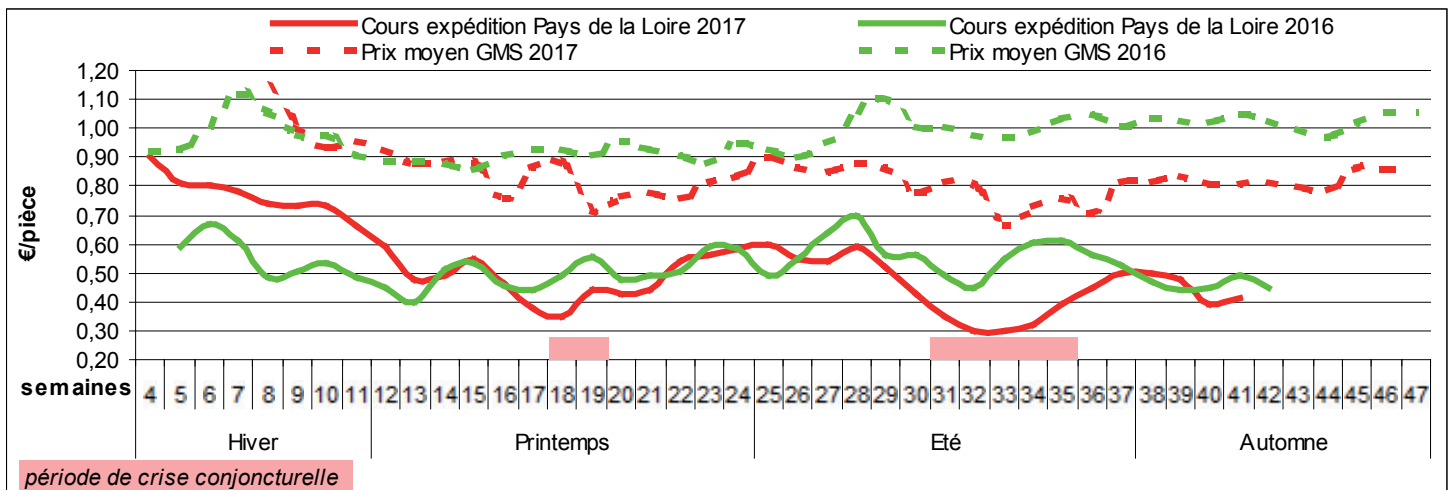
Octobre

La fin de la campagne est ordinaire, relayée par l'arrivée du concombre espagnol.

Dans un contexte de fin de campagne avec de faibles volumes à proposer, le premier objectif de la profession est d'assurer les ventes jusqu'au dernier lot. Chose faite, les prix sont ajustés au regard des cours proposés par l'Espagne sur l'Hexagone. Même avec une fluidité commerciale, les derniers cours n'atteignent pas ceux des deux dernières années. La fin de la campagne se confirme en seconde quinzaine d'octobre.

Prix au stade détail

Prix au détail en GMS (TTC) de l'origine France et cours expédition en Pays de la Loire cat.I calibre 400-500 g en colis de 12 pièces (HT)

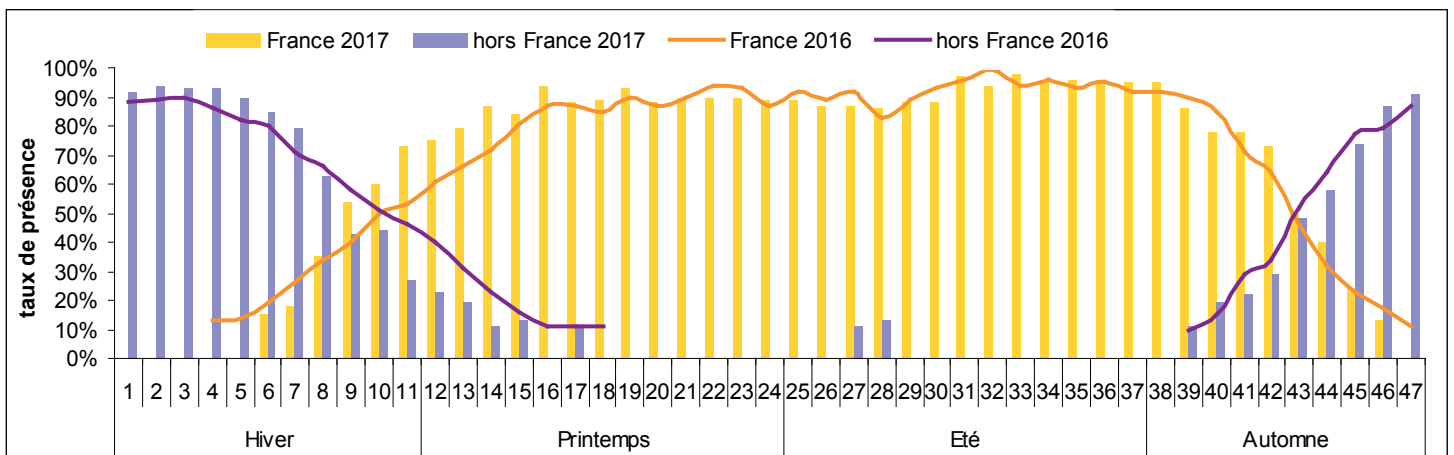


Quelle que soit la configuration de la campagne, une forte corrélation entre les cours expédition et le prix moyen relevé en GMS⁽¹⁾ est toujours observée. Durant la campagne 2017, le coefficient multiplicateur⁽²⁾ moyen est de 1,77 avec une amplitude de 1,29 à 2,67. En août, période de crise conjoncturelle, il oscille entre 1,95 et 2,67.

(1) : relevés de prix réalisés par le RNM sur un échantillon représentatif de 150 GMS, toutes enseignes confondues.

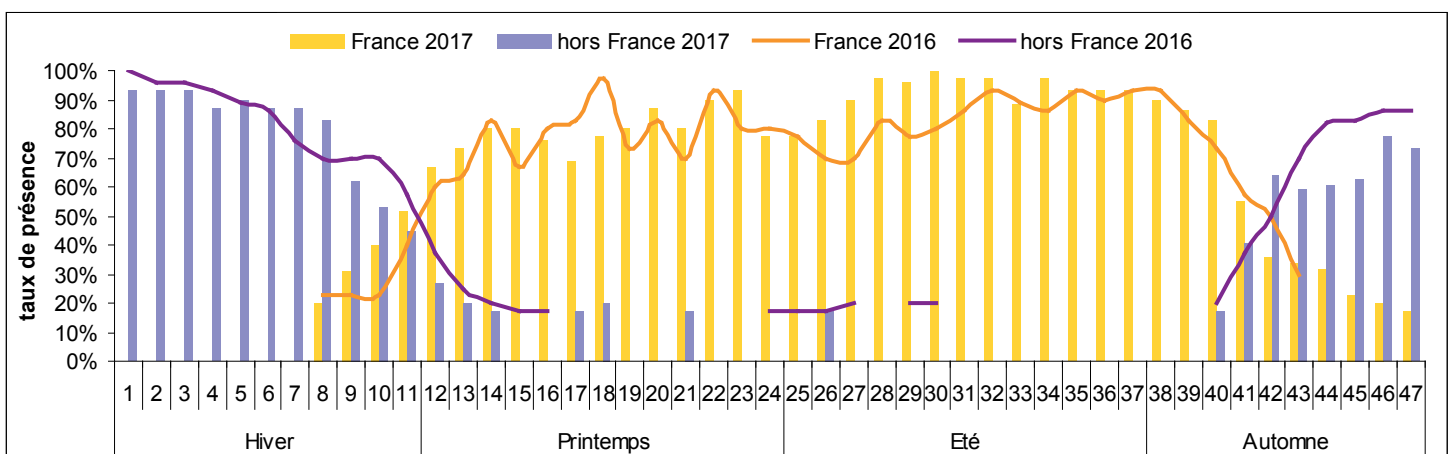
(2) : coefficient multiplicateur = prix détail / cours expédition (prix et cours moyens hebdomadaires)

Evolution du référencement en GMS en fonction de l'origine



Dès le développement de la production nationale, et plus fortement qu'en 2016, l'origine française prend plus de place en magasins au détriment de l'origine espagnole. Ponctuellement, en début d'été, l'origine nord-européenne complète la baisse de la production pour satisfaire la forte demande. A l'automne et à l'approche de la fin de la campagne nationale, l'origine espagnole prend le relais.

Evolution du référencement en hard-discount en fonction de l'origine



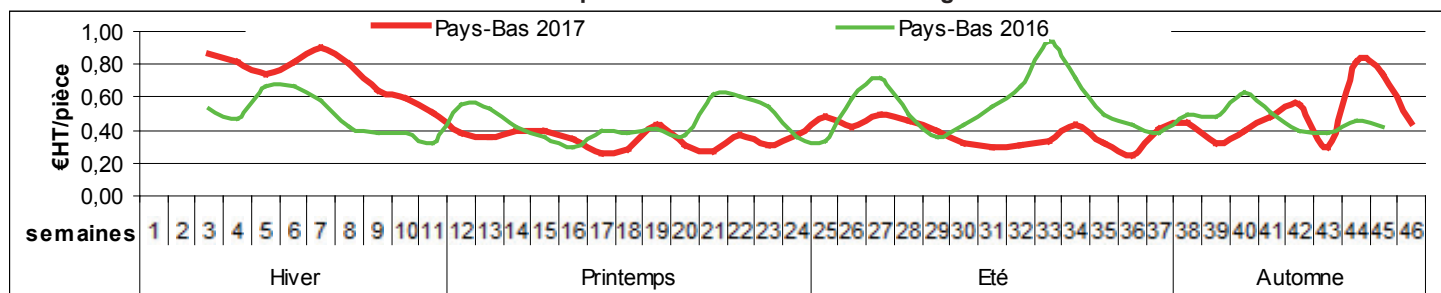
Le référencement en magasins est globalement à l'image de celui des GMS. Très tôt, le concombre français prend de plus en plus de place dans les étals, celui du produit importé décline. Dès l'arrivée de l'été, le référencement est supérieur à 2016.

Chiffres indispensables

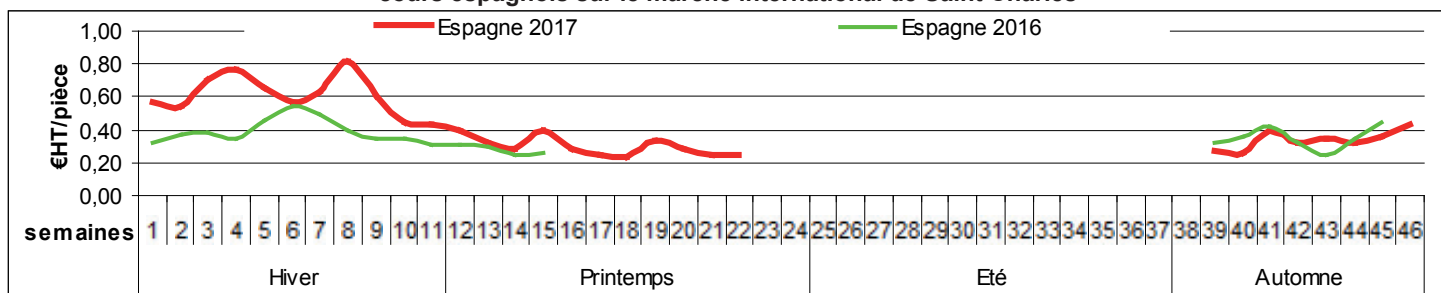
Comparatif des cours néerlandais et espagnols de 2016 et 2017

Cat I calibre 400-500g - colis de 12 pièces

cours expédition néerlandais rendu Rungis



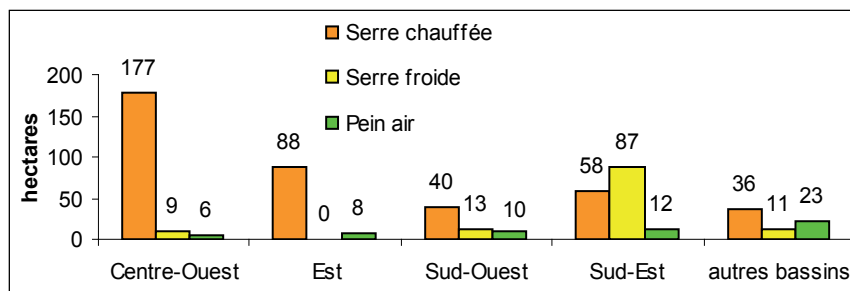
cours espagnols sur le marché international de Saint Charles



En France, la dynamique des cours espagnols et néerlandais est très contrastée avec la particularité d'un marché nordique qui est plus confronté à des méventes (cours moyen inférieur de 5 % par rapport à 2016). A l'opposé, celui de l'Espagne croît de 18 %.

Surfaces de production par mode de culture et par région

Surface totale : 578 ha - source : Agreste



Par rapport à 2016, la surface nationale est en hausse de 2 % avec 578 ha. De même, la production croît de 4 % avec 131 727 t. Avec 66 % de la part nationale, la culture sous serre chauffée est le principal mode de production dans les bassins Centre-Ouest et Est. Dans le Sud-Est, la serre froide reste majoritaire suivie des serres chauffées. La culture de plein air est minoritaire dans l'ensemble des bassins de production.

Le commerce extérieur de la France au 1^{er} décembre 2017

(source : Douanes)

en tonnes	Importations	Exportations	Solde	en tonnes	Importations	Exportations	Solde
Monde	77 615	16 665	-60 950	Espagne	52 956	325	-52 631
UE à 28	70 016	10 269	-59 747	Pays-Bas	10 862	111	-10 751
Pays tiers	7 599	6 396	-1 203	Belgique	3 662	4 745	1 083
				Allemagne	1 996	2 975	979

La balance commerciale est négative. La France importe près de 59 % de sa production annuelle, essentiellement sur la période d'automne-hiver et très ponctuellement en été. L'Espagne et les Pays-Bas représentent près de 82 % du tonnage importé, suivis de loin par la Belgique et l'Allemagne.

Pour en savoir plus sur le concombre :

Directrice de la publication : **Christine Avelin**

Composition : **RNM Bordeaux (Nina Riaux)**

Date de parution : janvier 2018

Rédacteur : **André Kéters**

Centre d'Angers : 02.41.72.32.54

Centre de Nantes : 02.72.74.72.58

Centre de Perpignan : 04.68.56.50.60

Centre d'Agen : 05.53.77.29.30

notre site : <https://www.rnm.franceagrimer.fr>

Reproduction autorisée sous réserve de citer la source.

Prestation réalisée sous système de management de la qualité ISO9001.

ISSN 2268-3577