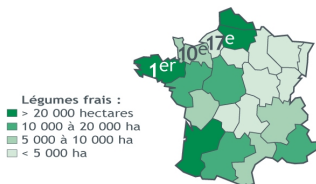


La Normandie : une modeste contribution à la production nationale de légumes frais

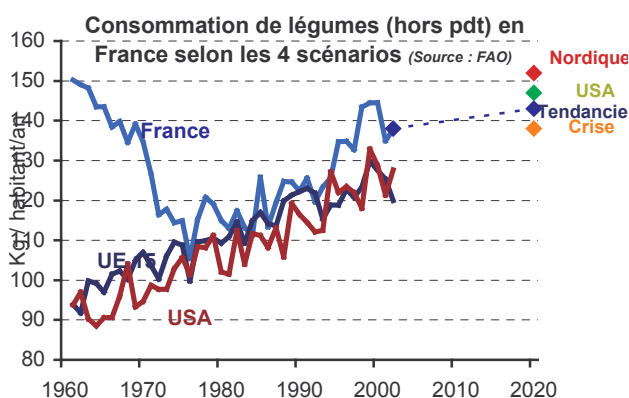


- 9 300 ha de culture de légumes frais (hors pommes de terre) dont 84 % en Basse-Normandie, soit 4 % de la surface légumière française.
- La surface normande en légumes frais occupe moins de 0,5 % de la SAU régionale, la production légumière normande représente moins de 3 % du produit agricole régional.

- Une production légumière concentrée : 374 exploitations à orientation maraîchère, la Manche regroupe à elle seule 46 % des maraîchers spécialisés normands. 1 270 exploitations normandes qui disposent d'une surface légumière. Seules 520 exploitent une surface supérieure à 5 ha, valorisant ainsi près de 90 % de la surface régionale légumière.
- Une production légumière normande localisée : sur le littoral de la Manche (Val de Saire, Côte Ouest du Cotentin, Baie du Mont-Saint-Michel), dans le Calvados, autour des grandes agglomérations (ceinture verte des villes) ainsi que sur une zone allant de la grande périphérie de l'agglomération caennaise à la Côte de Nacre. Dans l'Orne, la production maraîchère reste très peu développée (moins d'une centaine d'hectares). En Haute-Normandie, le maraîchage, localisé dans la vallée de la Seine, est essentiellement périurbain.
- Une production légumière bas-normande organisée (présence d'un comité économique, faible nombre d'OP regroupant une majorité de producteurs...) : les OP rassemblent l'offre et peuvent assurer, dans le prolongement de leur activité, la commercialisation des produits, à côté des entreprises d'expédition. Les circuits longs assurent l'essentiel de l'écoulement de la production. A côté, cohabite un circuit plus traditionnel de commercialisation en direct par des producteurs, auprès de grossistes et marchés de gros, de la grande distribution ou en vente directe à la ferme ou sur les marchés locaux.
- Une spécialisation autour de quelques produits phares. Malgré ces modestes surfaces, la Normandie occupe une bonne place sur quelques productions comme le navet, le céleri rave, la carotte, la chicorée scarole. Elle est même leader national pour le poireau. Ces productions confèrent un caractère hivernal marqué à la filière légumière, même si la production de salades se développe. En aval de la filière, quelques unités industrielles de transformation proposent des légumes frais ou cuisinés, prêts à l'emploi, mais la commercialisation des légumes bruts reste majoritaire.

Malgré leur faible poids, les légumes frais jouent un rôle notable dans les évolutions conjoncturelles de l'économie agricole régionale. La filière est exposée à des crises cycliques plus ou moins importantes, liées à des difficultés d'écoulement de la production. La Manche est particulièrement exposée à ces à variations brutales de prix.

La consommation des légumes : une croissance lente mais régulière



Dans le monde, depuis les années 1960, la consommation totale de légumes/habitant progresse lentement mais régulièrement, pour arriver autour de 120-130 kg/an/personne dans les années 2000. La France connaît une croissance globale de consommation plus forte qu'au niveau mondial. Une projection en tendance suggère que la consommation totale de légumes devrait encore progresser pour arriver, en France, à plus de 140 kg/personne, en 2020.

Vers un développement croissant des nouvelles utilisations des légumes

Sous l'influence de l'évolution du mode de vie (développement du travail des femmes, restauration hors domicile), la demande en légumes a évolué. Ils sont passés de matière première brute vendue en l'état, à des produits de plus en plus élaborés et transformés. **A côté du segment traditionnel, en recul mais encore bien présent des légumes bruts (1^{re} gamme), de nouvelles valorisations et utilisations se sont développées :** légumes/ingrédients pour les IAA, légumes/accompagnement pour la RHD, légumes/services pour les particuliers (4^e et 5^e gamme, plats cuisinés préparés, surgelés)... En France, les salades en sachet, prêtes à consommer, se classent parmi les marchés à fort développement.

Un nécessaire travail d'innovation et de segmentation des légumes normands

Malgré une production légumière modeste, **la Normandie est parmi les régions leaders pour la culture de poireau, navet, céleri rave, scarole, carotte, salsifis.** La plupart des productions légumières régionales est fortement connotée "hiver" et encore largement commercialisée à l'état brut, via les grandes surfaces ou les marchés locaux. Parallèlement, la région recense quelques outils de transformation innovants (salade en sachet notamment). L'évolution des modes de consommation privilégie de plus en plus des légumes conditionnés, prêts à l'emploi, alors que les légumes normands restent, dans l'ensemble, assez peu "marketés" et peu transformés (la difficulté de préparation et de mise en œuvre par les ménagères peut freiner les achats). Un travail de segmentation de la gamme proposée par les maraîchers (en fonction de la diversité de typologie des acheteurs : IAA, RHD, particuliers de moins en moins disposés à cuisiner) s'avère nécessaire pour pouvoir maintenir le niveau de production et répondre à ces nouvelles demandes.

Les ventes de légumes dopées par les recommandations santé ?

Les évolutions tendanciennes de la consommation tablent sur **une croissance de la demande en légumes à l'horizon 2020, aussi bien au niveau français qu'europpéen.** Dans les autres scénarios, l'évolution (positive ou négative) de la demande en légumes est fortement corrélée au pouvoir d'achat des ménages. La consommation de légumes se développe rapidement dans les foyers, avec l'élévation du pouvoir d'achat (type scénario Nordique et USA), et plafonne beaucoup moins que d'autres produits dans les catégories aisées. La consommation de légumes sera d'autant plus importante que les ressources financières des ménages aux revenus modestes progresseront. Au contraire, la pomme de terre ne se développe que dans les ménages à faible revenu (type scénario crise sociale). Mais, outre le pouvoir d'achat des ménages, un autre facteur pourrait, à terme, influencer sur la consommation de légumes des ménages : **la politique nutritionnelle des Etats** (comme ce fut déjà le cas en Finlande).

La consommation de légumes fortement corrélée au pouvoir d'achat des ménages

Scénario le plus favorable pour la consommation (en volume)	Scénario le moins favorable pour la consommation (en volume)
Nordique	Crise sociale
Indice de consommation par habitant : 111 en 2020/2002	Indice de consommation par habitant : 100 en 2020/2002
Le scénario nordique conjuguant une croissance soutenue avec répartition égalitaire et une forte politique de recommandations nutritionnelles favoriserait la consommation de légumes, et ce, dans les différents groupes sociaux.	Le scénario crise sociale (croissance molle avec répartition inégalitaire et absence de politique nutritionnelle) serait le moins favorable à l'augmentation de la consommation de légumes.

Les légumes normands : du point de vue de la consommation	
POINTS FORTS	POINTS FAIBLES
Des entreprises innovantes sur des segments en croissance Légumes = qualité nutritionnelle Normandie = image nature Proximité de bassins de consommation importants Une longueur d'avance sur les préoccupations santé et environnement (phytos)	Gamme légumière basique, hivernale (chou fleur, navet, poireau, céleri...) Trop peu de légumes transformés, peu d'outils industriels de préparation en région Marketing à développer La Normandie n'est pas perçue comme une grande région légumière