

## Campagne 2016 : un bilan contrasté selon les zones de production

Légumes

12.10.2016



**Les producteurs de melons ont connu des sorts divers en 2016. L'enjeu numéro 1 : le prix, imposé par la distribution.**



En 2016, le printemps difficile n'a pas handicapé que les grandes cultures. Il a aussi impacté celle du melon, avec une intensité variable selon les zones. Les producteurs du sud-est ont été les moins touchés, alimentant le marché pratiquement tout au long de la saison, de fin juillet à mi-août. La campagne dans le sud-ouest a été plus difficile, et pire encore dans le centre-ouest. Dans ces deux bassins, les volumes sont restés modestes, jusqu'à un pic de production vers le 15 août. « C'est une saison en demi-teinte, résume Bernard Miozzo, animateur de la filière nationale melon. Elle suit une année 2015 également mitigée, mais pour d'autres raisons : les volumes avaient atteint des records, mais avec des prix très bas. »

## Communiquer pour peser plus dans la négociation des prix

Les prix, une thématique au cœur de la filière. « Le melon est victime de son succès, explique Bernard Miozzo. C'est un produit fiable, l'ensemble des producteurs proposent de bons melons, aussi bien pour le calibre que pour la qualité. » L'offre reste large même les mauvaises années : la distribution est donc en position de force pour négocier des prix bas. D'autant que la conservation du melon, relativement courte, ne laisse pas aux producteurs le temps de négocier ou d'attendre de meilleures offres. Pour ne rien arranger, quand une enseigne lance une promotion, les autres s'alignent. « L'un des enjeux, pour l'amont, est d'avoir une communication plus percutante, se faire entendre pour mieux défendre un travail de qualité, et se réapproprier cette qualité sur le marché », conclut Bernard Miozzo.

### Le sélectionneur, allié des producteurs



Pour Bernard Miozzo, les sélectionneurs de sociétés semencières comme Syngenta sont un pilier de la filière : « Il est important d'échanger avec eux pour savoir où en est la recherche, et également pour orienter cette recherche. » Les producteurs sont attachés à un produit de qualité, fondant et sentant bon, et souhaitent faire perdurer ces critères face aux attentes parfois différentes de l'aval, notamment très tournées vers la conservation. « Un élément important, mais à développer avec les autres critères de sélection, et pas à leur détriment », résume Bernard Miozzo. Pour faciliter les échanges, les semenciers sont invités à intégrer l'Association Interprofessionnelle Melon (AIM), à laquelle Syngenta est adhérent.

> [En savoir plus sur la section interprofessionnelle de première mise en marché](#)