

## Etat des lieux

# L'amertume a du bon

Entre reconquête du marché, défis sanitaires et enjeux humains, la filière endive est en plein mouvement! La profession s'active pour accompagner la hausse de la production et produire plus durablement, au gré des contraintes réglementaires.

PERRINE FORTIN-DORIE

**A**lors que les arrachages de racines d'endive ont débuté dans le Nord de la France et que le froid automnal s'installe, les consommateurs semblent au rendez-vous pour ce début de campagne. Les membres de l'Apef (Association des producteurs d'endives de France) organisaient en octobre dernier leur lancement de campagne. À cette occasion, le président de l'Apef, Philippe Bréhon, «s'est montré optimiste pour reconquérir les parts de marché perdues lors des deux précédentes campagnes». La campagne 2024-2025 s'est ouverte sur une offre limitée, en raison d'un faible stock de racines N-1. Après un démarrage lent à l'automne, les volumes ont repris dès décembre avec les nouvelles racines en pousse. De janvier à août, la production a dépassé celle des deux campagnes précédentes, portant le total à 116 000 t, soit +7,7% sur un an (source Kantar). Les exportations se sont aussi améliorées avec un total de 7 735 t, (d'Allemagne et Italie pour les trois quarts), soit +37% par rapport à 2023-2024.

«Grâce au meilleur stock de racines de la récolte 2024 et aux prévisions de récolte 2025, l'offre promet d'être suffisante au moins jusqu'à octobre 2026, pour répondre aux attentes du marché», analyse Pierre Varlet, directeur de l'Apef. Il espère une prochaine campagne à 120 kt sans dégrader la valeur du marché. L'objectif partagé avec les acheteurs est donc de renouer avec les niveaux de consommation

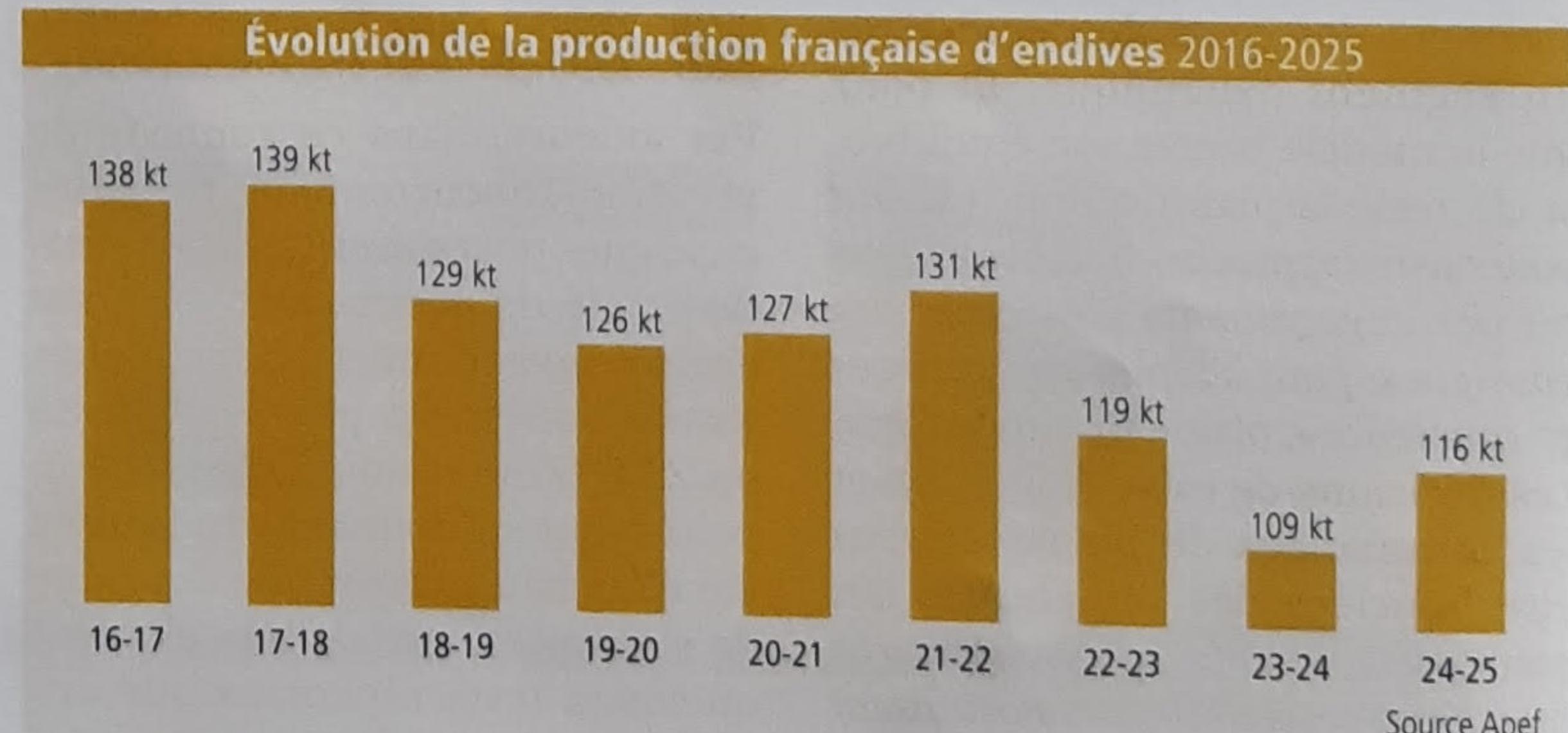
d'il y a trois ans, en reconquérant les consommateurs perdus. Pour cela, la filière mise sur une communication renforcée, avec des actions promotionnelles multipliées par 2,5 en radio et en magasin : l'endive a besoin d'être rappelée au consommateur. «Personne ne se lève le matin en se disant qu'il va manger de l'endive», sourit Pierre Varlet.

## Formats, usages, saisonnalité : stratégie gagnante

Face à une production d'endives en recul depuis plusieurs années, la stratégie de la filière a évolué. «Il est aujourd'hui essentiel d'optimiser l'offre en fonction des besoins des consommateurs et de la taille des ménages, afin de renforcer la valorisation de la catégorie», analyse Caroline Basset, responsable marketing chez Perle du Nord. Pour s'adapter, les portions ont été réduites. Les sachets d'1 kg laissent petit à petit place à des formats de 500-650 g (avec 4-5 endives), limitant le gaspillage tout en maintenant

un prix de vente attractif, inférieur à 3 €. La présence de ce type de format en GMS a progressé de 78 % d'après une enquête Apef de 2025. Avec une segmentation pensée «usage», les références se sont donc multipliées en GMS sous marques de distributeurs : «Du 500 g pour Carrefour, du 650 g pour Intermarché. Tout ça pour éviter une confrontation directe sur le prix de référence au kg», explique Marie Selosse, productrice pour En'diva.

Consommée crue en salade l'été ou gratinée au four l'hiver, la saisonnalité de l'endive se définit par son usage. «Les Français semblent changer leurs habitudes de consommation. Nous devons notamment rallonger la campagne de commercialisation et soutenir la consommation estivale», estime Pierre Varlet. Pour rajeunir le consommateur, l'Apef s'est également rapprochée du monde culinaire par l'intermédiaire de chefs influenceurs. Louise Petitrenaud, chroniqueuse gastronomique, accompagne, par





## Repères

- 70 % des Français consomment des endives
- Plus de 80 % d'endives sont vendues préemballées
- Environ 3/4 des consommateurs d'endives correspondent à un foyer d'une à deux personnes
- 3,55 kg d'endives sont achetés par ménage et par an

Sources RNM, Kantar et Douanes françaises

exemple, l'association sur sa stratégie de communication, en défendant les produits de terroir comme l'endive.

### Désherber et lutter autrement

Côté production, la filière n'est pas épargnée par les contraintes réglementaires en matière phytosanitaire. Pour faciliter son développement et éviter la concurrence avec des adventices, l'endive doit être correctement désherbée au champ à partir de mai-juin. Cependant, l'interdiction des herbicides Bonalan et Safari en 2024, couramment utilisés pour le désherbage, ont obligé les professionnels à tester des solutions alternatives. Le désherbage manuel étant coûteux et limité par le manque de main d'œuvre, la filière mise sur un compromis : utiliser la chimie de manière ciblée et raisonnée grâce à la robotique. Huit machines Ecorobotix ont tourné cet été au sein de l'OP Primacoop. Elles assurent un désherbage localisé et d'une grande précision grâce à un système de pulvérisation intelligent, équipé de caméras capables de distinguer les adventices des jeunes pousses d'endive. Suite aux essais de cette année, Laurent Henaut, technicien de l'OP, annonce jusqu'à 95 % de produits économisés par parcelle. Une piste prometteuse pour diminuer considérablement l'utilisation d'herbicides. La mutualisation de ces machines par le biais de Cuma\* rendrait cette solution plus abordable financièrement pour les producteurs. D'autres techniques de désherbage sont aussi testées par la coopérative du Marché de Phalempin : la

mise en place de faux semis pour anticiper les levées d'adventices, le binage mécanique parfois guidé par GPS, ou encore le désherbage thermique (pour la filière bio). En parallèle, l'Apef a déposé dans le cadre du Parsada\*\*, un projet de désherbage alternatif nommé « Desherbendive ». D'un montant de 980 000 €, il sera financé à 80 % par le ministère pour permettre de trouver des alternatives au désherbage chimique. Les équipes des stations expérimentales de l'Apef et du Caté, dans le Finistère, évalueront différentes méthodes innovantes en travaillant sur l'agronomie, le désherbage chimique ciblé de précision, le désherbage mécanique robotisé interrang et sur le rang, et le désherbage laser.

Le retrait du produit Movento au mois de novembre oblige également les producteurs à lutter différemment contre le puceron. Cet insecte

pond ses larves dans la racine de l'endive : « *En année très sèche, on peut avoir une parcelle ravagée et n'obtenir aucune racine saine* », déplore Marie Selosse. L'utilisation de biocontrôles est testée mais rien ne semble encore efficace d'après la profession.

### « L'objectif est de renouer avec les niveaux de consommation d'il y a trois ans. »

L'Apef étudie également l'intérêt des bandes fleuries et leur composition florale pour favoriser les prédateurs du puceron. « *Nous devons montrer aux producteurs que leur travail paye, sinon ils vont passer à la pomme de terre ou d'autres cultures plus simples à conduire et moins gourmandes en temps* », s'inquiète Pierre Varlet.

## L'EXPÉRIMENTATION AU CŒUR DE LA FILIÈRE

Pour relever les défis de la filière, les producteurs ont investi dans leur autonomie complète en matière de recherche et d'expérimentation. L'Apef dispose ainsi d'une station expérimentale entièrement dédiée à l'endive, dans les Hauts-de-France, à Arras. Une vingtaine de salariés dont 6 ingénieurs expérimentaux et techniciens mènent différents travaux grâce à deux plateformes d'expérimentation au champ de 3 ha chacune, un laboratoire de pathologie et de physiologie, une serre pour la sélection variétale et des tunnels pour la multiplication.

Les recherches visent à sécuriser la filière à moyen terme. Il existe notamment un programme

de diversification variétale, où l'Apef est, par exemple, obtenteur des variétés Carmine et d'endives rouges. Avec la diminution des volumes en production, les travaux ont été réorientés sur de la sélection de variétés d'endives blanches, résistantes aux maladies et aux ravageurs comme le puceron : « *L'offre variétale d'endives blanches répond déjà aux attentes du marché toute l'année, mais nous souhaitons aujourd'hui pousser nos travaux sur des critères plus agroécologiques* », précise Pierre Varlet, directeur de l'Apef. Dans ce cadre, la station expérimente des lignées prometteuses, transmises aux semenciers pour être croisées puis multipliées.

## L'endive 365 jours par an

- Semi en mai-juin
- Récolte de la racine en octobre-novembre en laissant un bourgeon
- Stockage des racines entre 0 et -1 °C, de 3 semaines à un an
- Forçage et développement du chicon pendant 3 semaines à 20 °C : « L'endive ne pousse que quand on décide de la forcer, c'est pourquoi elle est présente 12 mois sur 12 » (paroles d'une productrice d'endives).



Le robot désherbant Ecorobotix est une piste prometteuse pour diminuer considérablement l'utilisation d'herbicides dans la culture de racines d'endives.

Colette Duchateau, jeune productrice dans le 62 pour En'diva, remarque : « Les contraintes réglementaires tombent sans avoir de solution pérenne. Les temps politiques et médiatiques ne sont pas ceux de l'agriculture et de la recherche. Tous les acteurs de la filière ont besoin de temps pour s'adapter aux nouvelles réglementations. »

### Des femmes et des hommes pour durer

Si les producteurs sont plus à l'aise pour répondre aux défis techniques, le véritable enjeu de la filière se joue

aujourd'hui socialement. L'endive reste un produit fragile, exigeant une main-d'œuvre qualifiée et peu mécanisable, notamment au stade du conditionnement. Malgré l'intégration progressive d'agroéquipements, comme des ensacheuses, des barquetteuses ou des balances associatives, les gestes essentiels demeurent humains : casser, éplucher, trier. « Chacune de nos endiveries fait vivre une quarantaine de familles », souligne Marie Selosse, attachée à son territoire comme la plupart des endiviers. Seulement, la main-d'œuvre se

rarifie dans les villages et le recrutement devient un défi majeur. « Le recours à de la main d'œuvre étrangère semble inéluctable pour les prochaines campagnes. » Certaines endiveries misent sur la fidélisation, en améliorant l'ergonomie des postes ou la reconnaissance salariale, pour que ce savoir-faire saisonnier de neuf mois par an continue de faire vivre les campagnes.

\* Coopérative d'utilisation des matériels agricoles

\*\* Plan d'action stratégique pour l'anticipation du potentiel retrait européen des substances actives et le développement de techniques alternatives pour la protection des cultures

## L'ENDIVE DANS LE RAYON

**V**oici quelques conseils pour mettre en valeur l'endive dans le rayon des fruits et légumes, car 32 % des ménages français n'ont pas acheté ce légume l'an dernier.

### ➤ Gamme

L'endive 1 kg reste le 20/80 indispensable. Une référence 500 g salade ou à braiser permet d'afficher un petit prix facial et de servir les mono-ménages. La jeune pousse a désormais bien trouvé sa place et se justifie. Ensuite, les autres références orientées par l'usage peuvent venir enrichir l'assortiment. Enfin, une référence premium est à choisir entre bio et Label rouge. Complétez par l'approvisionnement local ou régional. Il existe des productions en Alsace, Lorraine, Pyrénées, Bretagne. Idéalement, l'affiche montrant le producteur (nom, photo, coopérative,

mention « partenaire du magasin depuis... »), doit être en cohérence parfaite avec l'étiquette produit pour provoquer son effet.

### ➤ Implantation

Attaquez par la référence 1 kg (éventuellement en doublon d'implantation en TG), puis le reste de la gamme par ordre de prix croissant de prix. Et l'endive verdit à la lumière. Les packagings ont été étudiés pour en ralentir l'effet. Mais celle en vrac reste très sensible. Protégez-la du mieux possible.

### ➤ Balisage

Mettez en avant l'origine France et la région productrice. Indiquez le double usage : crue en salade et cuite en gratin. Pour les spécialités et labels, explicitez l'intérêt (« jeunes pousses » signifie goût plus doux). Suggérez, avec

un beau visuel, une recette gourmande en dehors des usages habituels. Par exemple, plutôt que la déjà vue endive au jambon, proposez une tatin d'endive ou une endiflette, deux recettes originales et familiales. Aidez-vous des dispositifs de mise en avant auprès des promoteurs de marque nationale.

### ➤ Maintenance

Retirez immédiatement toute endive tachée ou verdie. Rechargez le rayon deux fois par jour, en petites quantités, pour éviter le verdissement.

### ➤ Promotion

De mi-novembre à fin mars, prévoyez de la place en tête de gondole. Pour les petits conditionnements, sur les références de la gamme pièce, proposez des ventes en lots. Sollicitez des animations de vos fournisseurs pour faire découvrir ce légume. **MHB**