



FranceAgriMer

> ÉDITION septembre 2016

Book 2015 Études économiques fruits, légumes et pommes de terre réalisées et/ou financées par FranceAgriMer



LES ÉTUDES DE FranceAgriMer

SOMMAIRE

Etudes FranceAgriMer

- Veille concurrentielle sur le marché international des fruits et légumes _____ p.3
- Veille concurrentielle sur le marché international de la pomme de terre _____ p.12
- Etude de la notion de proximité dans la filière fruits et légumes frais _____ p.16

Etudes de la Commission mixte des études fruits et légumes frais

- Etude des freins à l'achat chez les sous-consommateurs de poireau _____ p.22
- Etude de l'évolution du verger espagnol de fruits à noyaux _____ p.25
- Etude de l'évolution de la gamme salade : impact pour les distributeurs et les consommateurs _____ p.27
- Etude des pertes alimentaires dans la filière fruits et légumes _____ p.29
- Etude sur les produits phytosanitaires dans la filière fruits et légumes : perception et impact sur la confiance des consommateurs _____ p.33
- Bilan des achats de fruits et légumes frais en 2015 (Panel Kantar) _____ p.35
- Observatoire des exploitations fruitières _____ p.37
- Observatoire des entreprises de commercialisation en fruits et légumes _____ p.41

Etudes de la Commission des études fruits et légumes transformés

- Observatoire statistique et économique des filières de transformations du fruit _____ p.44
- Connaissance statistique du bigarreau d'industrie _____ p.47
- Analyse et suivi concurrentiel du champignon de couche en Europe _____ p.50
- Observatoire économique de la filière fruits et légumes transformés en France _____ p.53
- Analyse économique et prospective de la filière pruneau _____ p.55
- Observatoire 2014/2015 des coûts de production du pruneau _____ p.58
- Etat des lieux régional et national de la filière de légumes d'industrie _____ p.60
- Connaissance statistique, analyse économique et prospective de la filière de la tomate destinée à la transformation _____ p.63
- Le marché mondial des haricots verts en conserve et surgelés, des pois en conserve et surgelés et des épinards surgelés _____ p.67
- Le marché des légumes transformés en restauration hors foyer _____ p.69
- Circuit « Drive » : clefs d'entrée et potentialité pour la conserve _____ p.71

Etudes de la Commission pommes de terre

- Etude des tendances de marché au national et à l'export pour une meilleure orientation de l'offre française de pommes de terre _____ p.74

Etudes

FranceAgriMer



FranceAgriMer

Veille Concurrentielle Internationale Fruits et Légumes

*Pilotée et financée par FranceAgriMer
Réalisée par Agrex Consulting*

Contexte

Les filières fruits et légumes sont fortement dépendantes des aléas climatiques qui agissent aussi bien sur l'offre que sur la demande. Cette soumission du marché à des phénomènes conjoncturels rend les opérateurs particulièrement fragiles.

En 2007, il a été décidé de mettre en place un outil de suivi des atouts et handicaps des différentes filières fruits et légumes du monde. Une consultation des principales organisations professionnelles et un travail bibliographique ont permis d'établir une liste des principaux facteurs de compétitivité. Depuis, chaque année est réalisée une veille concurrentielle internationale du marché des fruits et légumes frais.

Objectif et méthodologie

Cette veille, mise en place à l'attention de tous les acteurs de la filière fruits et légumes permet de comprendre et anticiper les évolutions de la compétitivité, c'est un outil collectif d'observation et de comparaison dans le temps de la compétitivité des pays.

Afin de permettre une meilleure lecture des forces et faiblesses des concurrents en présence, la vision de la compétitivité s'articule suivant six axes :

- 1- Le potentiel de production
- 2- L'environnement pédologique, climatique et pathogène
- 3- La capacité à conquérir les marchés
- 4- Le portefeuille des marchés
- 5- L'organisation de la filière
- 6- L'environnement macro-économique

La comparaison au sein de la filière s'appuie sur une évaluation homogène de la compétitivité, en prenant en compte l'ensemble des maillons composant la filière (de la production au consommateur). Pour chacun des axes, une note est attribuée à chaque pays en fonction de nombreux indicateurs de performance, permettant ainsi de les classer entre eux. La compétitivité de la filière d'un pays est évaluée sur un total de 1 000 points.

La collecte d'informations dans les pays producteurs est confiée au cabinet Agrex Consulting. L'exploitation des données recueillies est réalisée par un travail d'équipe rassemblant FranceAgriMer et Agrex Consulting. L'analyse est éclairée par l'expertise de professionnels de chaque maillon des filières.

6 produits majeurs dans les exportations ont été retenus : chou-fleur, tomate, salade, fraise, pêche-nectarine et pomme. Ils sont analysés selon 6 axes de compétitivité décomposés en une soixantaine de critères quantitatifs (superficie, volume de promotion, part de marché dans les principaux pays importateurs,...) ou qualitatifs (sensibilité aux maladies, main d'œuvre,...). Cette méthode permet une notation comparative des principaux pays concurrents.

La veille fruits et légumes réalisée en 2015 porte sur les données de l'année 2014.

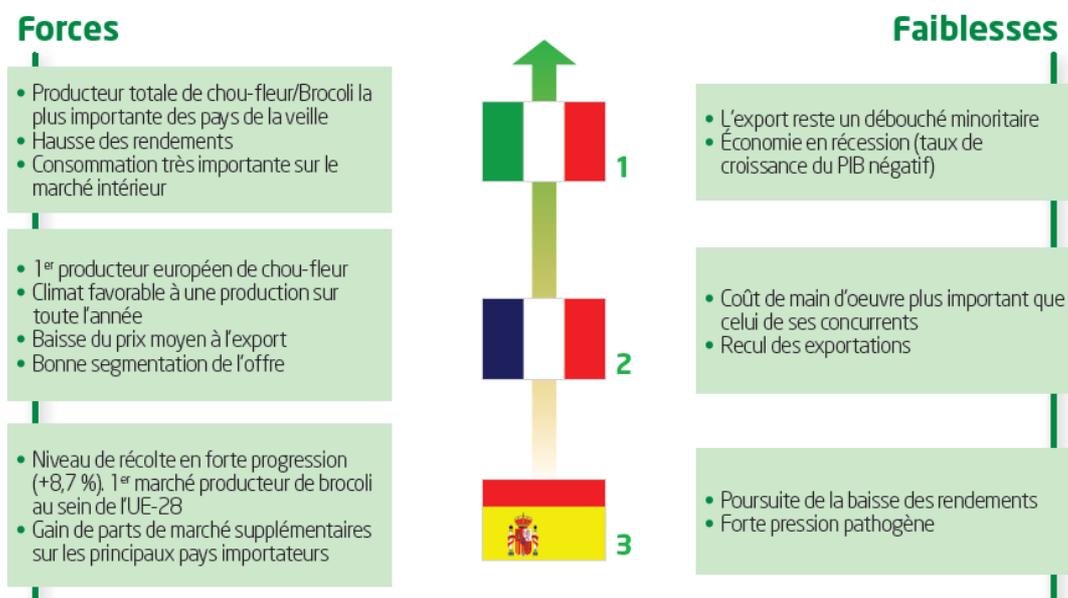
Résultats

Veille chou-fleur/brocoli : l'Italie décroche la 1^{ère} place du classement au détriment de la France

Pays suivis : Allemagne, Belgique, Espagne, France, Italie, Pologne, Royaume-Uni

Deuxième producteur de brocoli après l'Espagne et deuxième producteur de chou-fleur après la France, **l'Italie** est néanmoins le premier pays producteur des 7 pays de la veille si l'on prend en compte l'ensemble de la production de chou-fleur et de brocoli. En 2014, la production italienne de chou-fleur/ brocoli a atteint son niveau record avec une récolte totale de 581 027 tonnes. Sa production est majoritairement orientée vers son marché intérieur, les exportations ne représentant qu'un faible débouché (12 % de sa production). De fait, l'Italie est relativement éloignée des principaux marchés importateurs que sont le Royaume-Uni et l'Allemagne. Son marché intérieur est très dynamique avec un niveau de consommation annuel par habitant qui s'élève à 8,1 kilogrammes (contre à peine 3,1 kg pour la France).

Le podium : analyse des forces et faiblesses



Source : Veille concurrentielle FranceAgriMer 2015

4^{ème} Allemagne, 5^{ème} Royaume-Uni, 6^{ème} Belgique et 7^{ème} Pologne

La **France** est le premier pays producteur de chou-fleur. L'essentiel de sa production se concentre dans le bassin breton et est exportée en grande partie vers les marchés britannique et allemand. Les rendements sont relativement faibles face à ceux de ses principaux concurrents. Néanmoins, la recherche et le développement portant sur le développement de nouvelles variétés de chou-fleur résistantes aux bioagresseurs est très active, ce qui permet à la filière française de maintenir sa compétitivité. De plus, l'essentiel de sa production est orientée sur le coeur de gamme. La faible consommation sur son marché intérieur est cependant un frein au développement de la filière.

L'**Espagne** a fortement gagné en compétitivité au cours de la campagne 2014, en témoigne son arrivée à la 3^e place du classement final. Leader européen de la production de brocoli en 2014, son niveau de récolte a enregistré une très forte hausse (+8,7 %), et atteint un volume exceptionnel de 428 686 tonnes. Ces dernières années, elle s'est de plus en plus spécialisée dans la production de brocoli. En effet, ses surfaces consacrées à la production de chou-fleur reculent à un taux annuel de 1,7 % depuis 2010 tandis que sur la même période les surfaces de brocoli augmentent à un taux de 2,7 %. En 2014, la production de brocoli représente les 3/4 de la récolte espagnole totale de chou-fleur et brocoli. La filière, qui a largement développé ses débouchés à l'export, est le principal fournisseur du marché d'importation communautaire. En 2014, l'Espagne détenait 61,7 % de parts de marché sur

les 3 plus grands pays importateurs, pourcentage qui ne cesse d'augmenter d'année en année. La faiblesse de la consommation sur son marché intérieur constitue un inconvénient majeur pour ce grand pays producteur.

Veille salade : la Belgique tient la première place du podium pour la deuxième année consécutive, devant les Pays-Bas et l'Espagne

Pays suivis : Allemagne, Belgique, Espagne, France, Italie, Pays-Bas

Montée sur la première marche du podium en 2013, la **Belgique** confirme sa position en 2014. Bien que les conditions climatiques en hiver soient peu favorables à la culture de salades, le développement important des cultures sous abris (49 %) lui permet de pallier à cette contrainte et d'assurer une production régulière de salades toute l'année.

Malgré des parts de marchés relativement réduites vers les principaux importateurs de salades européens, la Belgique a vu ses exportations croître de manière importante en volume et valeur en 2014. La forte consommation locale lui offre un avantage sur son marché intérieur et sa production annuelle lui permet de restreindre les importations de salades. La filière salade belge fait également partie des mieux organisées parmi les six pays étudiés. Néanmoins les surfaces cultivées en salades et la production belge ont tendance à diminuer depuis 2012 et la production conduite en culture biologique demeure quasiment inexistante.

Le podium : analyse des forces et faiblesses

Forces

- Exportations de salades en augmentation (volumes et valeur)
- Culture de salades sous abris bien développée limitant les risques liés aux conditions climatiques.
- Plus de 90 % de la salade produite sous certification.
- Part importante de la production nationale exportée
- Premier producteur et exportateur de salades au niveau européen
- Surfaces de production en hausse depuis 4 ans.
- Existence de marques fortes.
- Potentiel de progression de la salade sur le marché intérieur.



Faiblesses

- Surfaces en salades peu étendues et en baisse.
- Part de marché vers les principaux importateurs relativement limitées.
- Aucune diversité en termes d'espèces de salade (100 % de laitue).
- Calendrier de commercialisation de la salade relativement court.
- Marché intérieur saturé, niveau de consommation de salade faible.
- Segmentation surtout axée bas de gamme.
- Baisse de la production et des surfaces allouées à la salade.
- Baisse des exportations en volume et en valeur.

Source : Veille concurrentielle FranceAgriMer 2015

4^{ème} Allemagne, 5^{ème} France et 6^{ème} Italie

Les **Pays-Bas** restent en seconde position en 2014. Bien que les surfaces cultivées en salades soient en hausse en 2014, elles restent relativement limitées et les volumes produits ont quant à eux diminué de 7 000 tonnes par rapport à la campagne précédente. La production est très peu segmentée, et la laitue constitue la totalité de la salade récoltée, essentiellement de la laitue « iceberg » (65%). La quasi-totalité de la production bénéficie d'une certification Globalgap (92 %), un avantage concurrentiel vis-à-vis de ses concurrents avec les exigences GMS et/ou aux importateurs.

Si plus de 80 % de la production néerlandaise de salades est destinée à l'export, les parts de marché des Pays-Bas chez les principaux importateurs européens restent encore réduites. Les Pays-Bas voient leur situation macro-économique s'améliorer en 2014 (croissance du PIB, du budget alimentaire et de l'indice de consommation).

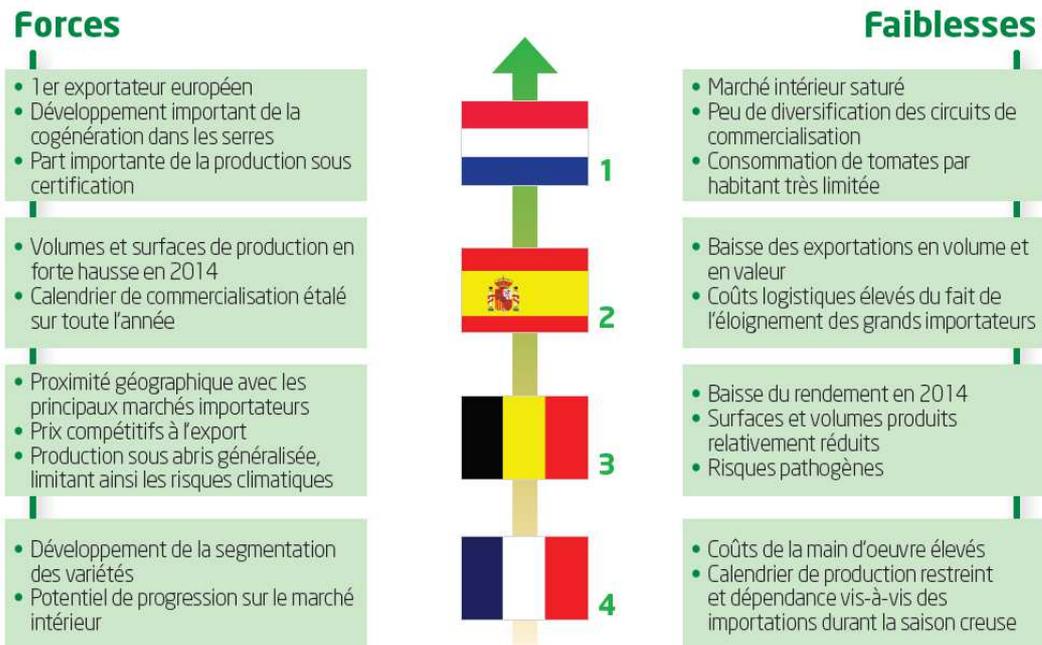
L'**Espagne** gagne trois places dans le classement entre 2013 et 2014. Ce pays est le leader européen de la production de salades et également premier exportateur au niveau européen. En plein essor, ses surfaces et volumes produits sont en augmentation depuis 2012. L'un des points faibles de l'Espagne est sans nul doute sa consommation intérieure. Avec un budget alimentaire relativement faible et une consommation de salades plafonnée à 4,4 kg/habitant/an en 2014, le marché espagnol est saturé. La stratégie de la filière salade espagnole est donc tournée vers l'exportation (plus de 80 % de la production est exportée). L'Espagne occupe par ailleurs plus de 49 % des parts de marché chez les principaux importateurs européens, mais l'éloignement des principaux importateurs de salades constitue une contrainte logistique de taille. Malgré cela, l'Espagne conserve le prix à l'export le plus faible des 6 pays.

Veille tomate : les Pays-Bas toujours largement en tête du classement, loin devant l'Espagne

Pays suivis : Allemagne, Belgique, Espagne, France, Italie, Maroc, Pays-Bas, Pologne

Les **Pays-Bas** monopolisent la première place du podium depuis la toute première veille concurrentielle de la filière tomate. Très orientés vers l'exportation de leur production de tomate, avec une consommation locale réduite, les Pays-Bas disposent d'une place stratégique au centre de l'Europe qui leur permet d'atteindre de manière optimale les principaux marchés importateurs de tomates en Europe. Avec des importations de tomates en décalé par rapport à la saison de commercialisation de la production locale, celle-ci n'est pas en concurrence sur le marché intérieur. Les surfaces réduites allouées à la tomate se trouvent compensées par les rendements particulièrement élevés (506 t/ha en 2014), parmi les plus hauts du monde. Ces rendements sont rendus possibles par la généralisation de la culture de tomates sous abri, limitant ainsi les dégâts liés aux aléas climatiques et au gel. Les serres néerlandaises sont presque toutes équipées en cogénération. En termes de commercialisation, les Pays-Bas présentent cependant une segmentation relativement peu développée, plus des deux tiers des tomates cultivées étant des tomates grappes qui correspondent au milieu de gamme.

Le podium : analyse des forces et faiblesses



Source : Veille Concurrentielle FranceAgriMer 2015

5^{ème} Allemagne, 6^{ème} Turquie, 7^{ème} Maroc, 8^{ème} Italie et 9^{ème} Pologne

L'**Espagne** arrive en seconde position en 2014 et réduit légèrement l'écart la séparant des Pays-Bas par rapport à 2013. L'Espagne est le second producteur de tomate de l'Union

Européenne derrière l'Italie et le troisième de la zone euro-méditerranéenne où la Turquie domine la production. En 2014, la production de tomates espagnoles a fait un bond de 29%, en raison d'une augmentation des surfaces plantées et des rendements. Malgré cette forte hausse des tonnages produits, les exportations de tomates ont diminué, en volume et valeur. Les exportations de tomates espagnoles sont handicapées par l'isolement relatif de la péninsule ibérique par rapport aux importateurs majeurs en Europe. Cependant, les espagnols disposent d'atouts importants pour le commerce international : quelques marques fortes apportent une visibilité du produit à l'intérieur et à l'extérieur des frontières, le prix à l'export espagnol reste très compétitif par rapport à ses voisins d'Europe occidentale et le calendrier de production, étalé sur toute l'année, permet de s'implanter sur les différents marchés export en pleine ainsi qu'en contre-saison.

Alors qu'en 2013, la France et la Belgique se partageaient la troisième place du podium, la **Belgique**, en 2014, prend le pas sur la France et garde seule cette troisième position. La Belgique se démarque par une filière tomates bien organisée avec une production en OP importante. Pour conquérir les marchés européens, ce pays a également une place de choix, proche des différents marchés imports, et un prix à l'export compétitif. Ses surfaces de production de tomates sont en augmentation régulière mais demeurent assez limitées (464 hectares en 2014, en totalité sous abri). Ces surfaces sont compensées par un rendement très élevé de 520 t/ha, l'un des plus élevés au monde bien qu'il ait diminué de 5,6% en 2014, permettant la récolte de plus de 240 000 tonnes en frais.

Veille fraise : l'Italie rejoint l'Espagne et la Pologne sur le podium

Pays suivis : Allemagne, Belgique, Espagne, France, Italie, Maroc, Pays-Bas, Pologne

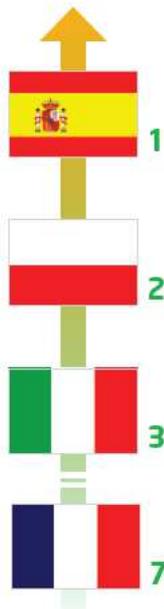
L'**Espagne** maintient son leadership sur le marché euro-méditerranéen de la fraise. Dotée de facteurs de production favorables (niveau d'ensoleillement important, abris sous serres répandus et coûts de production bas), le pays réalise à lui seul près du quart de la production de fraises de l'Union Européenne. En 2014, les rendements de fraises espagnoles ont atteint des niveaux exceptionnels (42,5 tonnes à l'hectare). Grâce à l'étendue de sa campagne de production (de décembre à juin), la filière bénéficie d'une très faible concurrence à l'export sur la période décembre à février. En effet, seule la filière marocaine est susceptible de concurrencer les exportations espagnoles durant cette période. Néanmoins, les capacités d'exportations entre ces deux pays ne sont pas équivalentes (environ 300 000 tonnes pour l'Espagne contre près de 60 000 tonnes pour le Maroc). De plus, ses prix moyens à l'export sont très compétitifs vis-à-vis de ses principaux concurrents européens. Aussi, la filière détient les principales parts de marché au sein des grands pays importateurs. Les faiblesses rencontrées par les acteurs de la filière espagnole sont essentiellement un déficit de ressource hydrique. Enfin, la segmentation de l'offre est peu diversifiée et essentiellement orientée vers des variétés bas de gamme.

La **Pologne** brigue la 2e place du classement de la veille de compétitivité pour la deuxième année consécutive. En 2014, les récoltes de fraises polonaises ont fortement augmenté (+30,3 %), confirmant son statut de 2e producteur européen en volumes, devant l'Allemagne. La hausse de la production a permis un développement des exportations de 40,9 %. Bien que les fraises polonaises soient les plus compétitives des pays de la veille en termes de prix à l'export, la filière peine à gagner des parts de marché au sein des principaux pays importateurs de fraises (0,7 % de parts de marché en valeur en 2013 contre 0,6 % en 2014). La forte progression de la consommation intérieure (multiplication d'un facteur deux entre 2011-2012 et 2013-2014) est un atout de taille pour les acteurs de la filière.

Le podium : analyse des forces et faiblesses

Forces

- Rendement 2014 record.
 - Conditions climatiques favorables.
 - Leader sur les principaux marchés imports de la zone euro-méditerranéenne.
- Niveau de récolte exceptionnel.
 - Balance commerciale positive grâce au fort développement des exportations.
 - Taux de croissance du PIB élevé.
- Calendrier de commercialisation occupé par la production nationale étendu (février à juin).
 - Niveau d'exigence modéré en réglementation phytosanitaire.
- Forte augmentation des rendements (toutefois les rendements sont toujours limités par rapport à ceux de ses principaux concurrents).



Faiblesses

- Segmentation de l'offre orientée entrée de gamme.
 - Le secteur agricole souffre d'un accès limité aux ressources hydriques.
- Niveau de rendement très faible.
 - Part de marché sur les principaux marchés imports négligeable.
 - Faible taux d'organisation de la filière.
- Forte chute des rendements.
 - Part de la production exportée faible.
 - Pays en recession économique.
- Calendrier de commercialisation occupé par la production nationale très court.
 - Faible compétitivité des prix à l'export qui s'accroît.

Source : Veille concurrentielle FranceAgriMer 2015

4^{ème} Belgique, 5^{ème} Maroc, 6^{ème} Allemagne, 7^{ème} France et 8^{ème} Pays-Bas

L'**Italie** accède à la 3e place du podium aux dépens de la Belgique. Malgré des niveaux de production en baisse depuis 2012, la filière tire sa force de la diversification de son offre variétale et d'un segment haut de gamme relativement développé. Soutenue par une consommation forte sur son marché intérieur, la filière doit néanmoins composer avec une situation de récession économique. Cette conjoncture économique défavorable a entraîné une baisse du budget alloué par les ménages à leur alimentation, ainsi qu'une baisse de la part des fruits et légumes dans leur panier de consommation.

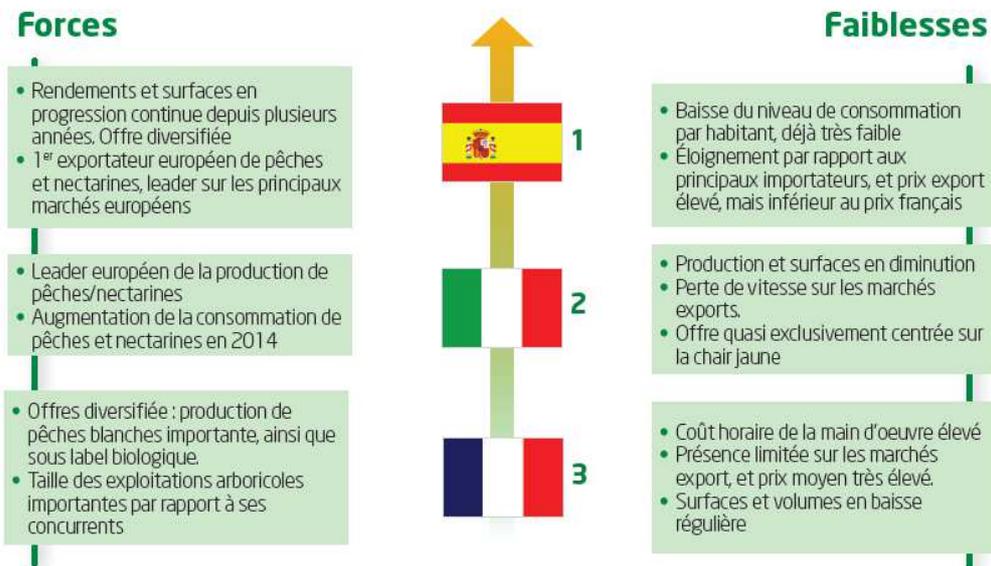
Veille pêche-nectarine : l'Espagne tient toujours la première position
Pays suivis : Espagne, France, Grèce, Italie, Turquie

L'**Espagne** a pris la tête du classement en 2011 et a, depuis, continué le développement de sa filière pêche-nectarine, consolidant ainsi sa position sur la première marche du podium. Avec l'augmentation de ses surfaces de vergers, de sa production et de ses rendements, l'Espagne est devenue un acteur incontournable de la filière au niveau européen. La nouvelle segmentation des pêches, qui fait la part belle aux pêches plates (49,9 % de la production de pêches), très prisées du consommateur et considérées comme haut de gamme, représente un atout majeur dans le développement de l'Espagne sur son marché intérieur comme à l'étranger. En effet, l'Espagne est omniprésente sur les principaux marchés importateurs de pêches et nectarines, atteignant 61,7 % des parts de marché, loin devant l'Italie qui chute à 12,3 %. Avec un marché intérieur restreint, ce sont 86,2 % des pêches et nectarines produites en Espagne qui sont commercialisées à l'étranger. La production de pêches et nectarines biologiques espagnoles reste en revanche limitée et évolue peu d'une année sur l'autre

Déchue de la première position du classement en 2011, l'**Italie** semble à présent entrée dans une phase de déclin. Néanmoins, malgré une diminution de 2,1 % des surfaces de verger et de 8,8 % de la production, l'Italie reste le premier producteur européen avec 1 416 000 tonnes de pêches et nectarines produites en 2014. Le rendement fruitier est également en baisse de 6,9 % par rapport à 2013, mais reste plus élevé qu'en Espagne. Si cette tendance se poursuit, l'Espagne pourrait surpasser la production italienne d'ici quelques

années. Les exportations italiennes de pêches-nectarines sont à nouveau en baisse en 2014, la part de production exportée passant pour la première fois sous la barre des 20 %. En effet, la récolte a été commercialisée prioritairement sur le marché intérieur qui a vu la demande croître entre 2013 et 2014. En 2014, la consommation italienne de pêche-nectarine s'élève à 19,1 kg/habitant.

Le podium : analyse des forces et faiblesses



Source : Veille concurrentielle FranceAgriMer 2015

4^{ème} Grèce et 5^{ème} Turquie

Arrivée sur la troisième marche du podium en 2013, la **France** confirme sa position de challenger en 2014. Cependant, la filière pêche-nectarine française voit décliner à la fois sa production et ses surfaces depuis l'année 2009. En 2014, la production a ainsi diminué de 4,5 % et les surfaces de 0,8 %. Néanmoins, parmi les pays du pourtour méditerranéen, la France présente toujours le meilleur rendement en pêche-nectarine du fait de son climat très favorable à cette culture. L'offre française présente par ailleurs un équilibre entre pêches et nectarines d'une part, et entre fruits à chair jaune et fruits à chair blanche, d'autre part. Cette segmentation de l'offre constitue un atout pour la filière française.

En France, le prix moyen à l'exportation reste de loin le plus élevé de tous les pays étudiés (1,33 €/kg, contre 0,86 € / kg en Espagne), les coûts de production des pêches-nectarines étant largement impactés par un coût de main d'oeuvre plus élevé que celui des concurrents. Par ailleurs, la balance commerciale se redresse légèrement en 2014, restant cependant largement déficitaire, et la consommation, qui continue à reculer sur le marché français, constitue une difficulté supplémentaire pour la filière.

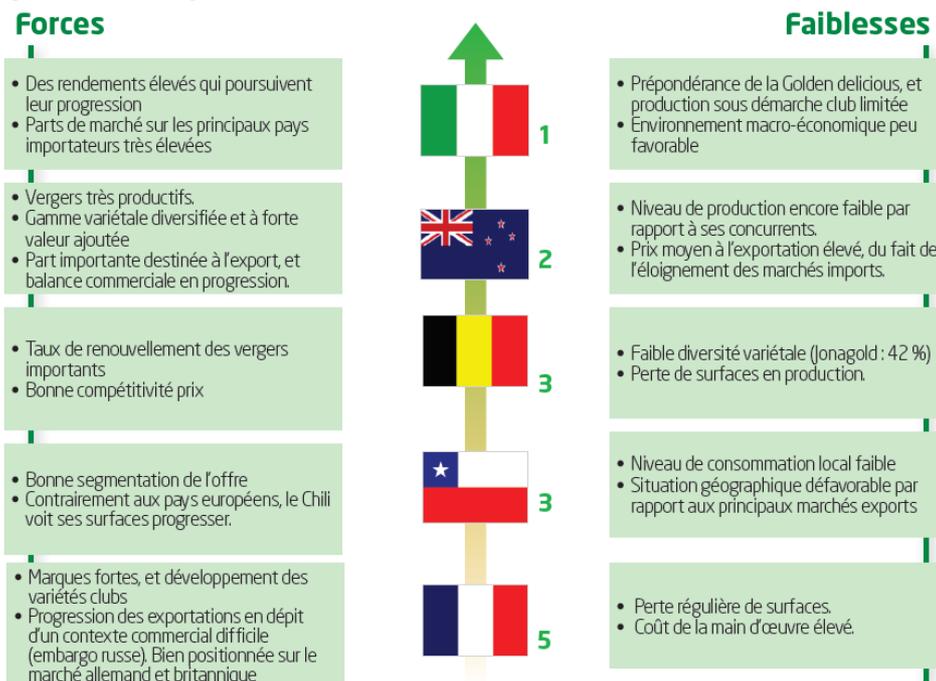
Veille pomme : l'Italie passe en tête du classement

Pays suivis : Allemagne, Belgique, Etats-Unis, France, Italie, Pays-Bas, Pologne, Afrique du Sud, Chili, Nouvelle-Zélande, Chine, Turquie

Grâce à un portefeuille de marché étendu et diversifié, **l'Italie** a réussi à accéder à la première place du podium jusque-là occupée par la Nouvelle-Zélande. Dotée d'un fort potentiel de production (2^e producteur européen derrière la Pologne), l'Italie bénéficie également d'une filière extrêmement bien organisée, répartie dans diverses régions spécialisées. Malgré une baisse des surfaces, le niveau de rendement en 2014 a permis d'assurer une récolte exceptionnelle. Bien que sa production soit encore essentiellement orientée vers les variétés d'entrée de gamme, on constate le développement de vergers avec des variétés nouvelles qui arriveront sur le marché d'ici quelques années. Toutefois, la

situation macroéconomique du pays est fragile, ce qui pénalise l'investissement et la consommation sur le marché intérieur.

Le podium : analyse des forces et faiblesses



Source : Veille concurrentielle FranceAgriMer

5^{ème} France, 6^{ème} Pays-Bas, 7^{ème} Etats-Unis, 8^{ème} Afrique du Sud, 9^{ème} Allemagne 10^{ème} Pologne, 11^{ème} Chine, 12^{ème} Turquie

La **Nouvelle-Zélande**, qui figure toujours parmi les pays les plus performants et compétitifs à l'échelle internationale, a cédé sa place de leader détenue depuis 2009. La forte augmentation de son prix moyen export a rendu le pays moins compétitif par rapport à ses principaux concurrents, alors que la situation géographique du pays est peu favorable. De plus, son niveau de production est largement inférieur à celui des principaux marchés producteurs. Les forces de la filière reposent notamment sur un environnement climatique très favorable à la production de pommes, et la qualité de ses vergers très productifs. La part des variétés club, déjà très élevée, continue à progresser, et constitue un atout considérable pour la filière très présente sur les marchés export.

La **Belgique** signe son entrée sur le podium grâce notamment aux nombreux progrès réalisés sur la qualité de sa production. En dépit d'une diversité variétale encore relativement faible, les vergers belges présentent un important taux de renouvellement et présentent des rendements très élevés. De plus, le pays bénéficie d'une situation géographique stratégique adaptée à l'export et des prix très compétitifs. Toutefois, les performances de la filière belge dépendent de nombreux facteurs non maîtrisables tels que les conditions climatiques qui conduisent à une forte variabilité de la production. Dans une année de crise conjoncturelle de surproduction avec la mise en place d'un embargo de la part du plus grand marché importateur mondial, la filière belge a enregistré une baisse de ses exportations. Aussi, pour la première fois, cette filière présente une balance commerciale négative.

La **France** poursuit son ascension et se rapproche du podium. La filière française se classe relativement bien sur tous les axes d'analyse excepté sur l'axe « organisation des filières », où elle est pénalisée par une réglementation plus stricte que ses concurrents. Le pays affiche des résultats satisfaisants dans un contexte économique complexe. En dépit de l'instauration de l'embargo russe, la France a su accroître ses exportations. Les principaux points faibles du pays sont ses coûts de productions élevés. Actuellement, la tendance est à un recul des surfaces et des volumes produits.

Diffusion

Restitutions

- Présentation orale des résultats en matinée études FranceAgrimer au cours du 2^{ème} trimestre 2016
- Autres restitutions à venir

Synthèse des résultats :

Diffusée uniquement sous format papier

- Conseil spécialisé fruits et légumes
- Envoi aux différents acteurs de la filière F&L (interprofessions, syndicats, associations d'organisations de producteurs, DRAAF et autres pouvoirs publics...)

Utilisation

Les résultats permettent aux différents acteurs de la filière d'obtenir des informations sur l'état économique de la filière en France et dans les pays concurrents. Ainsi, ils peuvent améliorer leur position face aux pays concurrents.

Pour chacun des produits suivis, les résultats annuels permettent également d'avoir un recueil de données complet couvrant les différents maillons de la filière pour tous les pays suivis. Ces données sont livrées dans une base de données actualisée annuellement permettant d'aller rechercher chacune des données par pays/par produit/par année, ainsi elles peuvent être utilisées selon les besoins que ce soit pour des études économiques, des notes sur la filière, des analyses de marché, des bilans de campagne...

Veille concurrentielle internationale pour les filières pomme de terre

**Pilotée et financée par FranceAgriMer
Réalisée par Agrex Consulting**

Contexte

Depuis plusieurs années, FranceAgriMer produit des veilles internationales. Ce travail a pour objet d'analyser le contexte concurrentiel international afin de comprendre les forces et les faiblesses des filières sur les marchés mondiaux. Les principaux acteurs de la filière pomme de terre dans son ensemble (frais, transformé, plant) ont émis le souhait de disposer d'un outil de veille concurrentielle spécifique à leur marché leur permettant, à partir d'informations annuellement collectées, de connaître l'évolution du niveau de compétitivité des différentes filières françaises face à leurs principaux pays concurrents, et ainsi de renforcer la compétitivité globale de la filière française. Cette veille a été élaborée avec l'ensemble de la filière pomme de terre : pendant plus d'un an, FranceAgriMer a réuni les acteurs de la filière afin de définir avec eux le périmètre, les objectifs ainsi que les indicateurs de compétitivité. La veille 2015 repose sur les données de l'année 2014 et constitue la troisième édition de cette veille concurrentielle pomme de terre.

Objectif

L'objectif d'une veille concurrentielle internationale est de comparer dans le temps la compétitivité d'un échantillon de pays.

Il s'agit de mettre à la disposition des acteurs français de la filière pomme de terre un outil d'aide à la décision conçu à partir d'informations annuellement collectées permettant de connaître l'évolution du niveau de compétitivité des différentes filières françaises face à leurs principaux pays concurrents. Cet outil permet également une collecte systématique d'informations relatives à l'évolution du niveau de compétitivité des différentes filières.

Cet outil est mis à la disposition :

- des responsables professionnels en charge des choix collectifs
- des chefs d'entreprise pour le pilotage de leur société
- des pouvoirs publics pour éclairer leurs décisions
- des élus

Méthodologie

Afin de permettre une meilleure lecture des forces et des faiblesses des concurrents retenus, la vision de la compétitivité s'articule suivant six axes :

- 1- Le potentiel de production
- 2- L'environnement pédologique, climatique et pathogène
- 3- La capacité à conquérir les marchés
- 4- Le portefeuille des marchés et équilibre des flux
- 5- L'organisation de la filière et soutien public
- 6- L'environnement macro-économique

La comparaison au sein de la filière s'appuie sur une évaluation homogène de la compétitivité, en prenant en compte l'ensemble des maillons composants la filière (de la production au consommateur). Pour chacun des axes, une note est attribuée à chaque pays en fonction d'indicateurs de performance, permettant ainsi de les classer entre eux. La compétitivité de la filière d'un pays est évaluée sur un total de 1 000 points.

La collecte d'informations a été confiée au cabinet Agrex Consulting. L'exploitation des données recueillies est réalisée par un travail entre FranceAgriMer et Agrex Consulting. L'analyse est éclairée par l'expertise de professionnels de chaque maillon des filières.

Dans la veille 2015, les pays suivants ont été étudiés :

- Pays de l'Union européenne : Allemagne, Belgique, Danemark, Espagne, France, Italie, Pays-Bas, Pologne, Royaume-Uni
- Pays tiers : Chine, Russie, Ukraine
- Pays suivis uniquement pour la pomme de terre primeur : Chypre, Egypte, Israël, Maroc

Résultats veille 2015

Le podium : Analyse des forces et faiblesses

Forces

- Taux de contractualisation élevé
- Poids important des 5 principaux metteurs en marché
- Leaders des exportations pour toutes les catégories de pommes de terre.
- Tissu industriel de transformation dense.

- Climat propice à la culture de pommes de terre
- Capacité à innover
- Hausse des rendements en 2014

- Comme pour les Pays-Bas, tissu industriel de la transformation dense.
- Balance commerciale excédentaire sur la pomme de terre transformée
- Budget alimentaire élevé
- Conditions pédo-climatiques propices à la culture notamment en Flandres.
- Rendements élevés

- Augmentation des volumes produits
- Des capacités de stockage importantes mais nécessitant parfois un certain rafraichissement.
- Gamme assez bien segmentée

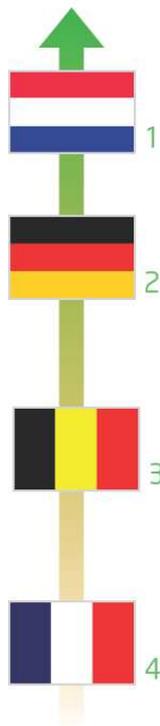
Faiblesses

- Coût de location de la terre très élevé
- Coût de protection phytosanitaire important
- Rotation pomme de terre à 30 %

- Baisse des volumes exportés en 2014
- Consommation de pommes de terre en baisse

- Régime social et fiscal peu avantageux pour le secteur agricole
- Coût de la main d'œuvre élevé
- Balance commerciale déficitaire en frais, mais traduisant le besoin approvisionnement des industriels de la transformation.

- Conditions macro-économiques actuelles assez peu favorables (croissance, poids des impôts, des charges sociales...)
- Légère baisse des volumes exportés en transformé



Source : Veille concurrentielle FranceAgriMer 2015

Puis arrivent en 5^{ème} position le Royaume-Uni, 6^{ème} Chine, 7^{ème} Danemark, 8^{ème} Espagne, 9^{ème} Russie, 10^{ème} Pologne, 11^{ème} Ukraine et 12^{ème} Italie

Pas de changement dans le trio de tête : les Pays Bas demeurent premiers du classement, suivis de l'Allemagne et de la Belgique.

Les **Pays-Bas** conservent la tête du classement des pays concurrents au sein de la filière pommes de terre et ceux-ci progressent encore dans cette veille 2015 (données 2014), particulièrement sur les axes « capacité à conquérir des marchés » et « portefeuille marchés et équilibre des flux ». En effet, ce pays compte deux filières pommes de terre de poids : la filière plants de pommes de terre et la filière pommes de terre transformées (sans compter le « contingent féculé » de plus de 500 000 tonnes). Les Pays-Bas sont les premiers exportateurs mondiaux de plants et le restent. Les volumes exportés ont progressé de 51% entre 2007 et 2014. La filière transformée est l'une des plus dynamiques avec plus de 3,6 millions de tonnes de pommes de terre traitées, dont 2,3 provenant des Pays-Bas. La moitié de la production transformée est exportée. Les exports néerlandais sont principalement en concurrence avec la Belgique. Les Pays-Bas doivent cependant faire face à un territoire limité avec des taux de rotation de culture de pomme de terre qui représentait plus de 30 % de la surface arable totale en 2014. Les rotations courtes augmentent la pression pathogène et cryptogamique. Face à cet état de fait, le pays a recours à l'importation de pommes de terre fraîches des pays voisins pour alimenter son tissu industriel, mais également à la mise en culture en Belgique et en France (terres à façon en annuel). La filière néerlandaise présente également le taux de contractualisation le plus élevé des pays de la veille.

L'Allemagne se maintient en seconde position du classement de cette veille 2015. Toujours premier producteur européen de pommes de terre avec des volumes en hausse en 2014 comparés à la moyenne quinquennale, grâce à des rendements record (47,4 t/ha). L'année 2014 est également marquée par une hausse des surfaces allouées à la culture de pommes de terre. L'Allemagne, grand acteur de l'industrie féculière, voit cependant sa production et ses surfaces diminuer d'années en années depuis la fin des quotas européens de féculé. En ce qui concerne les échanges internationaux, l'Allemagne a perdu en parts de marché vers les quatre principaux importateurs européens (elle contribue cependant toujours à plus de la moitié des importations néerlandaises de pommes de terre fraîches à destination des usines de transformation). Cette baisse des parts de marché s'explique par une diminution globale des volumes d'exportation de pommes de terre du pays (excepté pour les pommes de terre transformées congelées). Malgré tout, l'Allemagne dispose toujours d'une balance commerciale largement excédentaire pour la filière du frais et de la féculé.

La Belgique, sur la troisième marche du podium, gagne encore du terrain en 2014 et réduit l'écart qui la sépare de l'Allemagne. La progression de la Belgique est à surveiller de près, car elle gagne en compétitivité sur beaucoup de points et représente désormais un concurrent de poids pour la filière française. La Belgique dispose d'un portefeuille de partenaires commerciaux diversifié. Le pays est toujours largement tourné vers la transformation. Même si la balance commerciale de la filière pommes de terre de consommation a vu son déficit se réduire de plus de 200 000 tonnes, l'importation de pommes de terre fraîches, ensuite transformées dans les usines belges, est un signe incontournable d'une dynamique positive. La Belgique exporte l'équivalent de 150 % de sa production de pommes de terre à 85 % sous forme transformé (en équivalent pomme de terre fraîche). De plus, les surfaces et les volumes de production 2014 flirtent avec les records de 2011. Avec plus de 50 t/ha, la Belgique obtient le plus haut rendement des pays analysés, notamment en raison d'un climat océanique très propice à cette culture.

En 4^{ème} position, une filière française, sérieuse compétitrice

La France a vu son potentiel de production augmenter en 2014 avec la hausse, d'une part, des surfaces plantées de plus de 6500 ha et, d'autre part, des rendements passant de 43 t/ha à 47 t/ha entre 2013 et 2014. Ces deux aspects conjugués ont permis la récolte d'un volume de pommes de terre supérieur de 13 % à l'année précédente.

En France, 90 % des plants de pommes de terre utilisés pour la production sont certifiés. La production s'équilibre entre les plants, la consommation en frais, le transformé et la fécule. La filière du frais est la plus développée, mais les exportations en frais se traduisent souvent par une perte de valeur ajoutée au profit des industriels belges ou néerlandais de la transformation.

Diffusion

Restitution

- Présentation des résultats lors de la « matinée études fruits et légumes » du 15 décembre 2015, à Montreuil.

Synthèse des résultats :

Diffusée uniquement sous format papier

- Conseil spécialisé fruits et légumes
- Envoi aux différents acteurs de la filière fruits et légumes (interprofessions, syndicats, DRAAF et autres pouvoirs publics...)

Utilisation

Pour chacun des produits suivis, les résultats annuels permettent également d'avoir un recueil de données complet couvrant les différents maillons de la filière pour tous les pays suivis. Ces données sont livrées dans une base de données actualisée annuellement. Elles peuvent ainsi être utilisées selon les besoins, que ce soit pour des études économiques, des notes sur la filière, des analyses de marché ou encore des bilans de campagne.



FranceAgriMer

Etude sur la notion de proximité dans la filière fruits et légumes frais

**Pilotée et financée par FranceAgriMer
Réalisée par Blézat consulting**

Contexte

De nombreux signaux montrent l'apparition et le développement chez les consommateurs de d'une préoccupation liée à l'approvisionnement en produits alimentaires de proximité, dans un contexte de mobilisation contre les émissions de gaz à effet de serre et de préoccupations quant à la soutenabilité du modèle alimentaire « occidental ». Ainsi, d'après la dernière enquête sur le comportement alimentaire et l'opinion des français réalisée par le CREDOC en 2013, il apparaît que le critère « proximité » est apparu en forte progression parmi les critères permettant de juger de la qualité des aliments par les français. D'après les consommateurs interrogés, cela se traduit par l'achat de produits fabriqués localement, dans sa région ou la région limitrophe.

Néanmoins, la « proximité » ne possède aucune base juridique commerciale. On peut plutôt parler de concept qu'il soit agricole, commercial ou éthique, concept par ailleurs extrêmement variable selon les personnes interrogées, pouvant allier des notions de distance parcourue par les produits, de production régionale, de relations avec les producteurs, de retour à des usages traditionnels, de respect de saisonnalité, etc. Le niveau de formalisation du concept chez les consommateurs est également très variable, allant de l'invocation sans autre forme de précision à la revendication d'un approvisionnement uniquement local (consommateurs « locavores »).

Il existe fréquemment une grande confusion entre le concept de proximité et celui de circuit court. Ce dernier se définit par la réduction du circuit de distribution à un intermédiaire au maximum entre le producteur et l'acheteur.

Il est apparu nécessaire de compléter l'analyse des forces et faiblesses de la filière fruits et légumes française au regard de cette préoccupation grandissante de proximité des produits.

Cette notion de « proximité » est en effet régulièrement utilisée et mise en avant par les différents acteurs de la filière fruits et légumes : organisations de producteurs, expéditeurs, grossistes, distribution, pouvoirs publics, élus locaux, etc.

Objectif

L'objectif de l'étude est donc de préciser le contenu de cette notion de proximité et d'éclairer les modalités de son utilisation dans les circuits commerciaux.

En ce qui concerne la notion de proximité, il s'agit :

- d'étudier la signification de cette notion auprès des différents acteurs de la filière ;
- de préciser jusqu'à quelle distance géographique il est possible de parler de proximité, et de voir si cette distance varie selon les caractéristiques du produit et notamment selon le caractère local ou diffus de sa production ;
- d'analyser comment le circuit court et la vente directe sont intégrés à la proximité ou interfèrent avec cette notion

En ce qui concerne les modalités d'utilisation de la proximité dans les circuits commerciaux, il s'agit de donner un éclairage sur :

- le poids du concept de proximité ;
- la généralité du concept de proximité sur l'ensemble de la gamme fruits et légumes ;

Cette étude constitue une première approche du sujet. L'objectif de l'étude est d'obtenir des éléments factuels sur le sens et l'importance du concept de « proximité » dans trois cas différents.

Méthodologie

Le cabinet Blézat consulting qui a été retenu pour la réalisation de l'étude doit mener une étude de cas basée sur des enquêtes auprès des différents opérateurs concernés (grossistes, centrales d'achats, grande distribution, détaillants, autorités publiques locales et nationales).

Les trois cas à étudier concernent trois produits différents :

- Cas 1 - Produit peu ancré localement et très diffusé au niveau national : la pomme
- Cas 2 - Produit cultivé régionalement : l'endive
- Cas 3 - Produit intermédiaire aux cas 1 et 2 avec une certaine localisation territoriale de la production mais aussi une diffusion nationale et une concurrence de produits importés sur le marché national : la fraise

L'enquête a été réalisée via des interviews basées sur un questionnaire élaboré en collaboration avec le comité de pilotage mis en place par FranceAgriMer. Les interviews ont été réalisées, pour chaque cas, dans différentes régions.

Pour chacun des trois cas, l'analyse de la notion de proximité doit permettre de savoir :

- Comment est-elle qualifiée ? Définition, perception, mise en avant, décalages selon les acteurs, les régions...
- Comment est-elle utilisée ? Mise en application, évolutions dans la dernière décennie, tendances actuelles constatées ...

Cette analyse de la proximité par type de produits sera complétée par une analyse générale permettant de lier les 3 cas et, ainsi, d'obtenir une approche d'ensemble de ce que représente aujourd'hui la proximité pour la filière fruits et légumes frais.

Résultats

Résultats par maillon de la filière

La proximité est, pour la majeure partie des acteurs interrogés, un critère secondaire qui intervient après la qualité. Ses modalités de mise en avant varient assez peu entre maillons de la filière. Il existe en revanche des spécificités propres à chaque maillon.

- La première mise en marché / l'expédition

Les stratégies de proximité dépendent avant tout de la demande des clients et du couple bassin de production/bassin de consommation. Dans certains cas, leur mise en place peut nécessiter une réorganisation du service logistique ou du service commercial. Les structures ayant développé une stratégie de proximité la perçoivent comme un **moyen de recréer le lien entre producteurs et consommateurs** (identification des producteurs, animation en magasin, marques propres), d'améliorer l'image de la coopérative/l'organisation de producteur et dans certains cas, de mieux valoriser le produit.

Malgré tout, des freins à la mise en place de stratégies de proximité résident au niveau de l'aval :

- ⇒ Taille du bassin de consommation à proximité
- ⇒ Une expédition plutôt organisée pour massifier et expédier les volumes de production
- ⇒ Un marché de la proximité saturé dans certaines régions
- ⇒ Concurrence entre circuits de commercialisation

- Le commerce de gros / Les expéditeurs privés

Les grossistes et expéditeurs sont généralement proches de l'amont et s'approvisionnent essentiellement auprès de producteurs et de coopératives. Cependant, toutes les structures ne sont pas égales vis-à-vis de la proximité géographique. D'une part, il existe une **forte disparité régionale de l'approvisionnement**. D'autre part, l'activité de l'opérateur n'est pas toujours adaptée (clients éloignés pour les expéditeurs, achats variant avec les opportunités et les offres des producteurs pour les grossistes sur marché).

L'incitation à l'approvisionnement local de la restauration collective par le gouvernement a eu un impact sur l'activité en termes de communication (identification des producteurs, nombres de kilomètres parcourus par le produit) et de développement de la gamme de produits locaux. En revanche, **elle n'a pas engendré de réorganisation profonde des achats**, qui avaient pour partie déjà lieu auprès de producteurs locaux.

Les freins à la mise en place d'une stratégie de proximité au stade du commerce de gros sont multiples :

- ⇒ Localisation par rapport aux bassins de consommation
- ⇒ Potentiel du bassin de production
- ⇒ Contractualisation avec les producteurs
- ⇒ Concurrence des carreaux de producteurs sur les marchés de gros

- Les détaillants spécialisés

La proximité est avant tout perçue au niveau de l'aval à travers la relation qu'entretiennent les détaillants avec leur clientèle. Au niveau de l'amont, il s'agit d'une notion de distance par rapport au lieu de production. Dans notre panel, les détaillants s'approvisionnent essentiellement auprès de grossistes et de producteurs sur les marchés de gros. Un certain nombre d'entre eux disposent ainsi d'une **offre de produits locaux qui ne nécessite pas de réorganisation profonde de l'approvisionnement**. Les produits de proximité sont généralement présents depuis longtemps dans les gammes des détaillants car ils répondent à des **intérêts économiques** (prix d'achat parfois plus compétitif), **qualitatifs et/ou sociaux**.

Néanmoins des freins sur la proximité existent à ce stade :

- ⇒ L'approvisionnement en produits locaux souvent compliqué
- ⇒ Une concurrence aussi bien à l'amont qu'à l'aval
- ⇒ Mais des freins moins nombreux que pour la grande distribution.

- La grande distribution

La proximité est perçue en termes de distance par rapport au lieu de production et de type de fournisseurs (PME, artisans et producteurs). Il existe, depuis de nombreuses années, des **initiatives volontaires de mise en avant de la proximité propres à certains magasins**. Celles-ci ont notamment été mises en place au travers d'une volonté d'implication dans l'économie locale et de mutation du métier d'acheteur (choix des fournisseurs, contact direct vs plateforme informatique).

Bien que toutes les enseignes de la GD mettent en avant certains produits sous l'angle de la proximité et s'engagent à développer l'offre, il existe encore de nombreux freins pour le rayon fruits et légumes frais :

- ⇒ L'approvisionnement des plateformes régionales doit en effet être remodelé
- ⇒ Du côté des magasins et des rayons qui ne sont pas toujours adaptés
- ⇒ Du côté des clients, le prix peut s'avérer être un frein majeur et le local ne peut justifier des écarts de prix trop importants

Résultats par produit

Le poids de la proximité varie selon les produits. Il ressort de l'étude de ces trois produits que **la proximité dépend en grande partie du bassin de production** et de la disponibilité des produits locaux.

- En ce qui concerne la **pomme**, les volumes commercialisés à l'échelle régionale sont plus faibles que les volumes commercialisés au niveau national et à l'export. Néanmoins, **la pomme est l'un des produits qui fait le plus l'objet d'un approvisionnement local**, notamment au niveau du commerce de détail.

Ceci est dû, entre autre, à une répartition des acteurs sur toute la France ainsi qu'à une gamme généralement large en rayon qui laisse la place aux références locales.

- En revanche, les **circuits de proximité de l'endive sont limités de par la concentration des bassins de production** (Nord et Bretagne principalement). Il s'agit d'un produit plus standard et moins mis en avant sous l'angle de la proximité par rapport aux deux autres produits étudiés. La gamme, généralement courte, ne laisse que peu de place à la proximité.
- L'offre de proximité de la **fraise** est dépendante des bassins de production et s'accompagne d'un **développement de marques reconnues sur les marchés régionaux** (fraise de Phalempin). Les acteurs de l'aval s'approvisionnent également au niveau régional, mais ces approvisionnements se font avec des intermédiaires dont la maîtrise logistique permet d'assurer la fraîcheur du produit. Il semble que la distance géographique est plus étendue pour la fraise, avec un gage de fraîcheur qui prime sur la distance au lieu de production (fraise de Plougastel mise en avant comme fraise « de proximité » dans les magasins Carrefour d'Ile-de-France).

Diffusion

- Synthèse disponible sur le site Internet de FranceAgriMer : <http://www.franceagrimer.fr/filiere-fruit-et-legumes/Informations-economiques/Etudes-et-syntheses>
- Présentation des résultats en Conseil spécialisé fruits et légumes du 2 février 2016
- Autres restitutions à prévoir si nécessaire

Utilisation

Les résultats doivent permettre, dans un premier temps, de compléter l'état des lieux de la filière fruits et légumes afin de remettre à jour la stratégie nationale pour les programmes opérationnels.

Les résultats et enseignements de cette étude devront également permettre aux acteurs de la filière, ainsi qu'aux pouvoirs publics d'avoir des références sur la notion de proximité.

Recommandations

Une valorisation de la proximité qui dépend des caractéristiques des produits

Il est possible de dégager différentes formes de valorisation de la proximité en fonction des caractéristiques des produits : **périssabilité, lien variété-terroir, concurrence forte des importations** (cf. tableau ci-dessous). En revanche, **certains produits sont peu mis en avant sous l'angle de la proximité**. C'est le cas notamment des produits dont la production est supérieure à la consommation locale et qui ne possèdent pas les caractéristiques précédentes (endive).

Une tendance de fond mais des stratégies plus ou moins abouties selon les acteurs

La quantification de la proximité est un travail complexe d'autant plus que la proximité est souvent combinée avec d'autres circuits. Il semble cependant que les circuits de proximité se développent dans tous les maillons de la filière avec des intégrations plus ou moins avancées selon les acteurs. De manière générale, **encore peu de changements structurels ont eu lieu** et on assiste surtout à une valorisation de ce qui existait déjà. Néanmoins, la proximité a engendré pour certains une remise en question et une restructuration profonde des achats. En parallèle, on note aussi que de nouveaux formats de distribution axés sur la proximité se développent. Il existe notamment un phénomène d'intégration de la distribution par les coopératives avec une revendication de proximité relationnelle et/ou géographique.

Un calcul coût-bénéfice qui n'est pas toujours favorable à la proximité

Tous les acteurs ne sont pas égaux en ce qui concerne la proximité, et leur positionnement relève avant tout d'un **calcul coût-bénéfice** (ex : accès à un marché, image de l'entreprise vs surcoût, réorganisation) **dont le résultat varie d'un acteur à un autre** et qui s'inscrit dans un contexte où d'autres axes de valorisation pourraient être plus rentables (fraîche découpe, esprit marché, packaging).

De manière générale, on note que même si la proximité n'est pas synonyme de circuits courts, sa mise en avant est plus aisée lorsque le nombre d'intermédiaires est réduit, avec une proximité « naturelle » dans les cas de vente directe et facilitée lorsqu'il existe un contact direct entre le détaillant et le consommateur. Par ailleurs, bien que le prix de vente soit un levier potentiel face aux coûts engendrés, il ressort de cette étude que **la proximité seule ne permet pas de justifier un prix de vente plus élevé**. Il semblerait que la justification passe, non pas par la proximité en tant que telle (à l'inverse, certains consommateurs pourraient s'attendre à un prix plus faible), mais par les messages associés (fraîcheur, qualité).

Une notion vaste et ouverte à de multiples interprétations

La proximité géographique en termes de distance est une définition récurrente au niveau des différents maillons de la filière. Il s'agit en effet d'une notion intuitive et facilement compréhensible bien que très variable selon les produits, les régions et les acteurs (de l'ultra local à 200 km, frontières administratives telles que les régions). Cependant, la proximité géographique n'est qu'un aspect parmi les nombreuses facettes de la proximité : notion de temps, proximité relationnelle (lien producteur - consommateur, relation client - détaillant), etc. De même, les messages associés à la proximité sont tout aussi variables.

En résumé, **la proximité est un concept polymorphe influencé par trois « grands piliers »** : le couple « bassin de consommation et bassin de production », le produit et ses caractéristiques (périssabilité, concurrence, lien terroir et variétés) et les caractéristiques de l'acteur.

***Etudes de la Commission mixte
des études F&L frais
FranceAgriMer/CTIFL/INTERFEL***



Etude des freins à l'achat chez les sous-consommateurs de poireau

Pilotée et financée par le CTIFL et FranceAgriMer

Contexte

La littérature en sociologie de l'alimentation identifie les légumes comme une consommation clivante. Autoconsommés, ils sont spécifiques de l'alimentation rurale voire périurbaine ; achetés, ils sont plus présents dans les paniers des membres des classes supérieures ; transformés, comme tous les « aliments-services », ils sont également surconsommés dans le haut de la hiérarchie sociale. Plus un ménage est riche, plus il achète de légumes frais. En revanche, les quantités de légumes transformés sont peu sensibles aux inégalités sociales. La consommation de légumes frais apparaît comme la forme dominante de la consommation de légumes. Le frais représente la plus grosse part des quantités achetées d'autant que les ménages sont de gros consommateurs de légumes. Mais le déterminant majeur de la consommation de légumes est l'âge de la personne responsable des achats. Pour le poireau les chiffres sont éloquentes. C'est ainsi que se pose la question des freins à l'achat de poireau chez les moins de 50 ans.

Objectif

Selon les résultats 2013 de Kantar Worldpanel, 60 % des acheteurs de poireau ont plus de 50 ans. Si ces dernières années, le poireau a modernisé son image à travers l'innovation culinaire, aucune progression d'achats n'a été constatée chez les plus jeunes. L'objectif de cette étude est donc de cerner les freins à l'achat des 25-50 ans et, en fonction des résultats, décider orientations *ad hoc* pour répondre à cette cible spécifique afin de la fidéliser. Une analyse de l'évolution de la consommation du poireau entre les segments frais et surgelé doit compléter ce travail.

Compte tenu du caractère récent de l'étude poireau réalisée en 2009 qui abordait tous les éléments relatifs au produit : situation du marché, perception des distributeurs et des consommateurs et de la transversalité de la désaffection des plus jeunes vis-à-vis des légumes frais, la réflexion a été élargie à deux autres légumes à cuire pour lesquels le Ctifl a réalisé des enquêtes quantitatives : carotte et endive.

Méthodologie

Il a été décidé de la méthodologie suivante :

- une recherche bibliographique sur les mécanismes et les déterminants des achats de légumes frais, plus spécifiquement ces légumes à cuire chez les 25-50 ans.
- une étude quantitative sur le poireau uniquement via internet. L'échantillon sera suffisamment robuste pour la constitution des sous populations statistiquement significatives par tranches d'âge. Ce questionnaire comprend des questions prospectives.

- l'acquisition de données Kantar : achats des ménages français de poireaux surgelés sur 3 ans afin de mesurer leur éventuelle progression par rapport aux données de l'étude de 2009.

Résultats

Il ressort de l'étude quantitative via Internet administrée par l'institut de sondage IFOP entre le 30 mars et le 10 avril 2015 auprès d'un échantillon de 1 003 individus : 500 âgés de 25 à 34 ans et autant de 35 à 49 ans que :

- 90% consomment des poireaux frais
- Trois sur quatre (76%) en achètent.
- Un acheteur de poireau frais sur quatre achète des blancs ou des fûts.
- Un individu sur cinq ne se procure jamais de poireau par un biais ou un autre.

Le goût est la principale raison d'achat/non achat.

La progression de la fréquence d'achat constitue un défi majeur pour ce légume ... comme pour tous les légumes frais.

Les principales priorités d'achat sont le prix juste devant la qualité du blanc puis du vert. Par ailleurs, il existe une population d'acheteurs attachés, en déclaratif, à l'origine France.

Le vrac domine la gamme des références poireaux sur le linéaire. Le travail de segmentation doit être poursuivi.

Trois quart des achats sont prévus à l'avance.

Deux tiers des achats prévus le sont avec une idée de préparation précise.

Une très bonne satisfaction de la qualité à l'achat.

Focus blanc/fût :

- Trois acheteurs de poireaux frais sur quatre n'achètent ni blanc ni fût parce qu'il n'y a pas de vert et/ou que le prix n'est pas légitime
- Ceux qui en achètent le font d'abord parce que « *C'est plus rapide à laver/cuisiner* » 38%

90% de la cible consomme des poireaux frais, essentiellement à la maison.

60% déclarent consommer du poireau *très souvent* ou *souvent* à domicile.

Les recettes les plus souvent réalisées sont encore les plus traditionnelles. Leurs réalisation/consommation sont majoritairement occasionnelles.

Les 25-34 ans consomment et cuisinent *souvent* des fondues de poireaux

Une image positive du légume avec une part majoritaire de « *plutôt d'accord* ».

Le poireau a une image de légume santé forte sans attribution spécifique au blanc ou au vert.

D'après l'étude Kantar *ad hoc*, le recul en volumes des achats de poireaux frais est essentiellement lié à la baisse des achats en frais et non à un transfert vers une autre forme.

Diffusion

- Rapport disponible sur le site du Ctifl : <http://www.ctifl.fr/>
- Future restitution en « *Matinée études* » à FranceAgriMer

Utilisation

Les résultats de cette étude doivent permettre aux professionnels de la filière, notamment les membres de l'AOPN Poireau en charge du plan de communication, de cerner les freins à l'achat des 25-50 ans et en fonction des résultats, décider des orientations adaptées pour répondre à cette cible spécifique afin de la fidéliser.

Recommandations

Le recrutement de la génération Y concerne tous les légumes et relève vraisemblablement plus d'une communication générique. Aussi, si l'AOPn poireau doit arbitrer dans ses allocations de ressource, se focaliser sur la fidélisation des 35-49 ans serait sans doute plus pertinent, touchant ainsi leurs enfants en espérant créer des habitudes alimentaires favorables, à ce légume.

Etude des évolutions du verger espagnol de fruits à noyau

Pilotée et financée par le CTIFL et FranceAgriMer

Contexte

Depuis une trentaine d'années et notamment l'entrée de l'Espagne dans l'UE (1986), on peut constater l'importance croissante des fruits à noyau, et en particulier de la pêche nectarine, dans la production fruitière espagnole. La superficie actuelle des plantations de pêchers et nectariniers se distingue en effet par une progression de plus de 30 % par rapport à son niveau d'il y a trente ans.

Cette progression s'est effectuée principalement au détriment du pommier et du poirier, dont les vergers s'inscrivent en baisses respectives de 46 % et 30 % par rapport à il y a une trentaine d'années. Par ailleurs, les superficies d'abricotiers et de pruniers ont légèrement décliné par rapport à leur niveau d'il y a trente ans (- 11 % et - 10 %), alors que celles de cerisiers ont plutôt progressé (+ 23 %).

Objectif

En pêche-nectarine, deuxième production fruitière française derrière la pomme, les évolutions depuis dix ans de la production nationale (- 37 %) et des importations (+ 45 %), peuvent illustrer l'évolution de la pression concurrentielle espagnole

Cette étude réalisée intervient à la demande de la Fédération Nationale des Producteurs de Fruits (FNPF), dans un contexte de pression concurrentielle croissante ressentie par les producteurs français de fruits d'été, vis-à-vis de l'Espagne. Au-delà de conséquences visibles sur le marché, les producteurs français ont souhaité obtenir une meilleure connaissance des caractéristiques de l'évolution du verger espagnol, alors que le verger français conserve une orientation à la baisse.

Méthodologie

La première partie du rapport rappelle la place des fruits à noyau dans la production fruitière espagnole et décrit l'évolution des superficies et de la production depuis 30 ans. Une attention plus particulière est ensuite portée à l'évolution depuis dix ans des superficies et de la production de pêche-nectarine, prune et abricot. La répartition géographique des vergers et leur composition par type variétal fait également l'objet d'un rappel.

Dans sa deuxième partie, ce rapport exploite l'ensemble des données disponibles issues de l'« Enquête sur les plantations fruitières » menée en 2012, afin de décrire la composition des vergers espagnols de pêche-nectarine, prune et abricot selon les types variétaux, l'âge ou encore le créneau de récolte. La composition du verger de moins de 5 ans fait l'objet d'une attention plus particulière et une comparaison avec le verger français est également fournie.

Enfin, dans une troisième partie, ce rapport s'intéresse plus particulièrement à l'évolution spectaculaire de la production espagnole de pêche-nectarine. L'évolution de la production par type, l'innovation variétale et le renouvellement du verger sont ici abordés, tout comme

l'évolution des débouchés. Cette partie a notamment bénéficié du recueil de l'avis d'experts et de professionnels de la production espagnole.

Résultats

La pêche-nectarine est aujourd'hui de loin la plus importante production de fruits à noyau en Espagne. Son développement depuis les années 90 a d'abord reposé sur des avantages compétitifs naturels (bonne adaptation aux différentes zones de production) ou économiques (moindre coût de la main d'œuvre par rapport aux autres pays producteurs). Par la suite, des résultats économiques encourageants ont à l'évidence permis de générer une capacité d'investissement permettant à la production d'accroître la taille des exploitations, de développer des projets d'extension dans de nouvelles zones d'irrigation et d'améliorer les techniques de production et post-récolte. Ces améliorations ont été associées au dynamisme singulier de l'innovation variétale et à l'intense rénovation du verger lors de la décennie écoulée, encouragée par le plan de reconversion des plantations initié par les pouvoirs publics en 2006.

Les 33 % de plantations de moins de 5 ans recensées en 2012 démontrent la jeunesse du verger espagnol et traduisent un rythme élevé de plantation. On estime ainsi que le taux de rénovation du verger atteignait régulièrement les 10 % annuels en Catalogne au cours de ces dernières années. Cependant, d'après les experts interrogés, ce rythme élevé jusqu'en 2013 (dernière année du plan de reconversion variétale initié par le ministère) devrait désormais connaître un certain ralentissement, après quelques campagnes plus difficiles, notamment en matière de prix comme en 2014 (volumes en hausse mais qualité en baisse par rapport à 2013, fermeture du marché russe, blocages de camions à la frontière française, baisse des prix en distribution). Par ailleurs, le niveau de spécialisation croissant dans cette culture crée un certain déséquilibre avec les autres productions, notamment de fruits à pépins. La pêche-nectarine est en effet un produit aux capacités de conservation limitées, réclamant d'importants investissements logistiques pour obtenir des structures de conservation, transport et commercialisation flexibles et de grande dimension.

Or, le risque est que ces lourds investissements ne soient utilisés que pour une courte période de l'année et induisent une hausse des coûts. D'autre part, la baisse de la consommation domestique constitue une menace puisqu'elle signifie la contraction d'un débouché moins exposé aux incertitudes que l'export. Or, compte tenu du plus haut niveau de productivité des variétés récemment plantées et de l'entrée en production des plantations effectuées ces dernières années, la production espagnole devrait continuer à progresser pendant quelques années, avant une stabilisation. Avec la capacité de programmer des volumes et des prix auprès des circuits de la grande distribution et du hard-discount européens, l'évolution de la production espagnole devrait dépendre de l'ouverture potentielle de nouveaux marchés, comme cela avait pu être le cas avec la Russie.

L'Espagne continuera néanmoins de miser sur cette culture pour laquelle elle dispose d'avantages compétitifs, en faisant varier la part des pêches, nectarines, pêches plates et pavies selon les prix perçus et les marchés de destination. On note ainsi que le type pavier, en nette diminution dans la production espagnole depuis le début des années 90, semble connaître un regain d'intérêt, les contrats pour la transformation devenant plus intéressants depuis deux campagnes, dans un contexte de crise des prix sur le marché du frais. Les arrachages auraient ainsi cessé face à un retour des prix et de la demande.

Diffusion

- Synthèse disponible sur le site du Ctifl : <http://www.ctifl.fr/>
- Future restitution en « Matinée études » à FranceAgriMer

Utilisation

Cette étude réalisée à la demande FNPF, qui apporte un éclairage plus complet sur l'évolution du verger espagnol, doit fournir aux producteurs français des clés pour mieux faire face à cette forte concurrence.



Etude de l'évolution de la gamme salade : impact pour les distributeurs et les consommateurs

Pilotée et financée par le CTIFL et FranceAgriMer

Contexte

En Europe, la production et les superficies enregistrent une baisse tendancielle sur la dernière décennie. Quatre pays (Allemagne, Espagne, France et Italie) se partageant 80 % des volumes produits. L'Espagne est le premier producteur européen mais également le leader sur le marché à l'export. L'Italie se place en seconde position devant l'Allemagne et occupe également la place de premier consommateur mondial.

Sur la dernière décennie, la production française de salades ne cesse de diminuer et enregistre un niveau plancher de 370 000 t en 2013. Cette baisse impacte tous les types de salades hormis la mâche. Avec 75 000 t exportées en France, ces volumes sont presque anecdotiques comparativement au plus d'un million de tonnes exportées pour l'ensemble des pays européens. Comment remédier à cette érosion ?

Objectif

Cette étude sur l'évolution de la gamme salade a pour but de permettre aux professionnels de la filière de disposer d'informations qualitatives et quantitatives pour mieux appréhender les évolutions récentes du marché de la salade, ceci afin de pouvoir piloter l'offre de manière plus fine et de la faire évoluer de manière à tenir compte des dernières tendances.

Méthodologie

La première partie du rapport consiste en une analyse du marché, de la production et des échanges des principaux acteurs européens du marché de la salade. .

Dans sa deuxième partie, cette étude enquête sur la perception et les attentes des distributeurs français dans l'objectif de répondre au plus près à la demande des professionnels.

Enfin, dans une troisième partie, ce sont les achats des ménages et la perception des consommateurs qui sont analysés, notamment à partir des données du panel Kantar et d'une enquête qualitative auprès de groupes de consommateurs.

Résultats

L'Espagne est le premier producteur européen mais également le leader sur le marché à l'export. L'Italie se place en seconde position devant l'Allemagne et occupe également la place de premier consommateur mondial.

Pour les distributeurs, le marché français est plutôt mature depuis quelques années avec une situation particulièrement marquée sur le marché des salades tendres (laitue, feuille de chêne et batavia). En termes d'approvisionnement, les achats sont réalisés majoritairement

en local. L'importance et la saisonnalité de ces achats de proximité sont directement liées à la situation géographique du magasin. La fraîcheur recherchée dans ces achats de proximité se repère sur la qualité du bordurage, l'absence d'oxydation du trognon, la brillance, la propreté, la tenue, la régularité du colis... sans oublier l'absence totale d'insecte. Le linéaire salade est important en terme d'image, il reflète également la fraîcheur du rayon F & L et plus généralement du magasin. Des relevés magasins ont complété les opinions des distributeurs. 90 magasins ont été visités cumulant au total près de 1 000 références de salades fraîches (printemps et hiver). Le nombre de références est très différent en fonction des types de magasins, cependant environ 10 références (en moyenne) de salades sont proposées par magasin. Laitue, mâche, feuille de chêne, batavia, iceberg, chicorées, jeunes pousses et cœur de sucrine sont les variétés les plus fréquemment proposées aux consommateurs. L'approvisionnement français domine largement et pèse environ 75 % de l'offre même si l'origine locale est rarement renseignée. L'évaluation est extrêmement positive avec une qualité produit jugée souvent bonne.

La troisième partie de l'étude analyse les achats des ménages et la perception des consommateurs. Depuis 10 ans, le nombre d'acheteurs de salades entières est stable et atteint 80 %. Même en déclin, la batavia reste la variété la plus fédératrice à égalité avec la feuille de chêne. Parallèlement, le nombre d'acheteurs de salades fraîches et en sachet est comparable (environ 3 personnes sur 4). Le volume d'achat global est estimé en 2014 à plus de 220 millions d'unités de vente (sachets).

En moyenne, 11 sachets de salades sont achetés chaque année par foyer à un prix moyen estimé à 1,60 €. Des groupes de consommateurs ont également permis de mesurer qualitativement la perception et les attentes consommateurs. En plus de l'aspect santé et diététique, le consommateur attribue à la salade des propriétés favorisant la digestion ; elle est par ailleurs souvent proposée en accompagnement d'un plat. La richesse de la gamme est reconnue même si le degré de connaissance se concentre, sans surprise, autour des salades basiques (laitue, batavia, feuille de chêne). L'intérêt pour connaître la genèse de la salade est tout relatif mais l'univers salade bénéficie de la remise au goût du jour dans les rayons des légumes anciens. La France reste la terre de prédilection de la production, même si certaines salades peuvent venir d'Europe voir même du monde entier. Si la provenance n'est que rarement renseignée, un consensus se dessine pour avoir demain une information lisible et facilement identifiable en rayon. Enfin, les consommateurs jugent une bonne salade sur le croquant, l'odeur et son goût. Au-delà de la consommation en frais, les interviewés achètent également de la 4^e gamme pour le côté pratique, le dépannage et la rapidité de préparation. Enfin, la question sur l'intérêt de laver les salades préemballées interroge toujours.

Diffusion

- Synthèse disponible sur le site du Ctifl : <http://www.ctifl.fr/>
- Future restitution en « Matinée études » à FranceAgriMer

Utilisation

Les données sont utilisées par les professionnels de la filière pour mieux communiquer sur leurs produits et adapter au mieux l'offre à la demande en France et face à la concurrence européenne.

Recommandations

Les consommateurs disent ne pas vouloir cesser de manger de la salade. Il faut leur fournir en offre adaptée. Cependant, les consommateurs de demain se partageront entre la salade entière et la salade en sachet. L'éducation alimentaire est le maître mot pour apprécier le goût, la texture des salades entières. Si les jeunes générations se satisfont aujourd'hui des salades en sachet, un effort de sensibilisation est nécessaire pour les motiver à faire découvrir à leurs enfants les salades entières.



Etude des pertes alimentaires dans la filière fruits et légumes

**Pilotée et financée par FranceAgriMer, Interfel, l'Unilet, et l'Anicc
Réalisée par le Cabinet Gressard en partenariat avec l'Inra**

Contexte

Les fruits et légumes dans les médias sont très fréquemment associés au thème du gaspillage et des pertes alimentaires. Les analyses quantitatives existantes ne permettent pas de mettre en perspective cette place occupée par les fruits et légumes dans le gaspillage alimentaire. En effet, les ordres de grandeur diffèrent grandement selon les études.

Parallèlement, les définitions utilisées pour les « pertes » et le « gaspillage alimentaire » diffèrent nettement selon les études.

Objectif

Le manque de chiffres a amené la filière fruits et légumes à lancer une étude pour estimer les pertes alimentaires en fruits et légumes frais et transformés, à chaque maillon de la filière. L'étude a aussi pour objectif de mettre en perspective les résultats avec les analyses et les définitions préexistantes (FAO, FUSIONS).

Méthodologie

La méthode de l'étude repose sur :

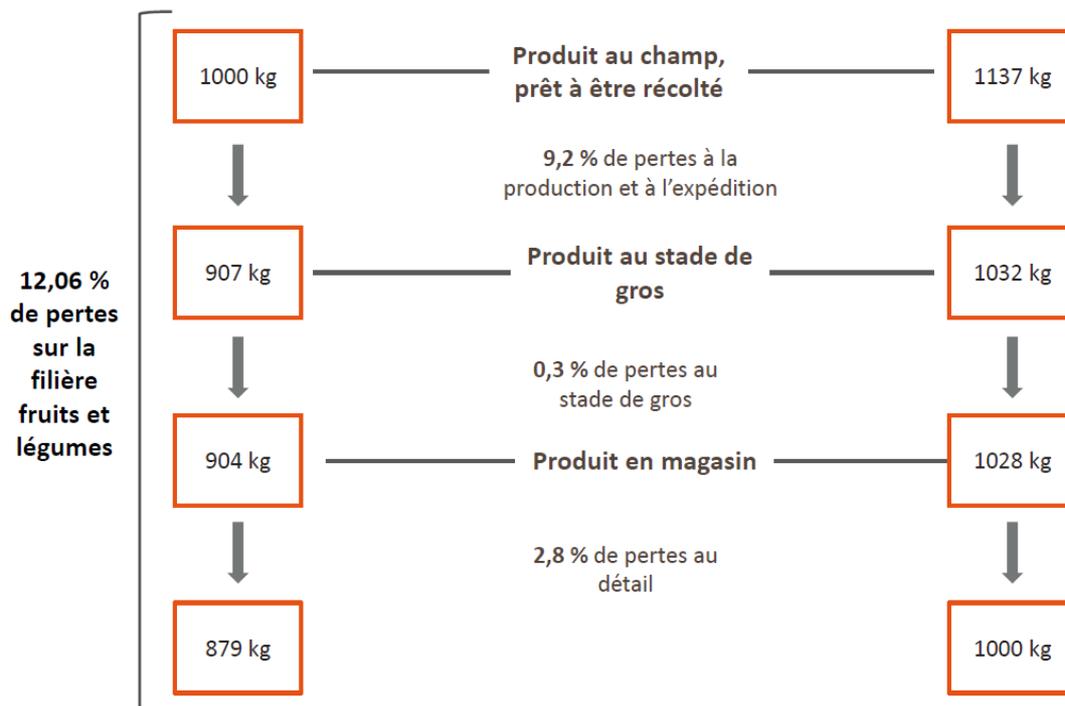
- une analyse bibliographique,
- des entretiens avec 110 entreprises de la filière, à chacun des stades (production, expédition, stade de gros et plateformes GMS, détail),
- une analyse quantitative et qualitative des données,
- une mise en perspective des résultats.

La définition retenue pour l'étude est celle utilisée dans le cadre du projet européen FUSIONS : est considérée comme perte tout produit qui « sort de la chaîne alimentaire », à partir du moment où le produit est « prêt à être récolté ». Les produits redirigés vers le don alimentaire et l'alimentation animale ne sont pas considérés comme des pertes.

Résultats

Les pertes dans la filière fruits et légumes frais française

Estimation basée sur les enquêtes



Principales causes des pertes

1. A chaque stade de la filière, les pertes en fruits et légumes sont en grande partie dues au caractère périssable des fruits et légumes frais. Les fruits et légumes sont des produits fragiles, leur durée de vie est courte et ils requièrent une manipulation méticuleuse. Leur dégradation a lieu à la production et à toutes les étapes de la commercialisation,
2. Des pertes en production sont également liées aux impacts d'aléas aussi bien météorologiques que biologiques (bioagresseurs : insectes, bactéries),
3. Enfin, des paramètres économiques (coût de production, prix du marché, périodes de surproduction) sont aussi susceptibles d'engendrer des pertes.

Pratiques pour réduire les pertes/valoriser les produits

Au stade production

- Segmentation des produits et circuits en fonction de l'apparence, sans « concurrence » entre produits de la même gamme, segmentation des gammes
- Utilisation en alimentation animale : usine ou directement auprès d'éleveurs
- Transformation (majoritairement fruits)
- Installation de vergers sous filet (protection du vent, grêle,...)
-

Au stade expédition

- Envoi des produits en transformation (pomme, abricots, pêche nectarine,) : valorisation des produits destinés à la transformation (agréage spécifique), valorisation des écarts de triage/conditionnement
- Revalorisation des retours clients
- Forte sélection à l'agréage et renvoi des produits chez les producteurs si non acceptés

Au stade grossistes et plateformes

- Filière don alimentaire
- Travail des équipes : réunion analytique de suivi des pertes, traitement des réclamations clients
- Alimentation animale

Au stade de détail

Supermarchés/hypermarchés :

- Filière don alimentaire
- Envoi en alimentation animale
- Travail des équipes

Détaillants :

- Filière don alimentaire
- Envoi en alimentation animale
- Service assisté
- Sélection des produits
- Re-travail des produits : salades, poireaux...
- Baisse du prix des produits pour la confiture
- Dons des produits très murs

Freins à la réduction des pertes

Au stade production

Difficultés d'envoyer les produits en transformation :

- absence d'usine,
- coûts de transport élevés par rapport au prix de vente,
- périssabilité du produit

Au stade expédition

- Prix du transport qui limite la valorisation en transformation, notamment pour les productions à faible volume (cerises,...)
- Utilisation d'emballages spécifiques (par exemple caisses plastiques) qui rend impossible la redirection des produits en cas de refus vers d'autres circuits
- Stratégies de marque pour une bonne valorisation des produits qui veulent éviter une revente à prix « dégradé » de leur marchandise suite à des refus clients

Au stade grossistes et plateformes

- Certains MIN ne proposent pas de solutions pour la revalorisation des bio-déchets
- Coûts liés à la méthanisation

Les pertes dans la filière légumes transformés

Pour estimer les pertes dans la filière des légumes d'industrie, deux exemples ont été retenus (haricot gousse et pois).

- Haricot gousse : 4 % de pertes au stade production et 18 % au stade industrie
- Pois : 5 % au stade production et 13 % au stade industrie

Au stade de la production, les pertes sont essentiellement dues à des facteurs météo (orages inondations, sécheresse), sanitaires (plantes toxiques, parasites, maladies) et économiques (engorgement outil industriel suite à une maturation accélérée, surproduction).

Au niveau de l'industrie, les pertes sont liées au écart de tri entre l'entrée et la sortie usine en raison de la présence de corps étrangers et des parties non consommables (gousses, feuilles, légumes immatures, casses, tachés). Ces éléments sont essentiellement destinés à l'alimentation animale et ne sont donc pas considérés comme des pertes selon la définition FUSIONS.

Les pertes dans la filière champignon de couche

Dans la filière champignon de couche, les pertes sont estimées à 3,1 % en moyenne au niveau de la production. Les raisons peuvent être différentes : pousse trop rapide bloquée par d'autres bacs, produits abimés lors de la coupe, casse lors de l'expédition, contrainte salariale pour la récolte.

Les pertes sont essentiellement destinées au compost, au don aux banques alimentaires et à la transformation (de plus en plus rare).

Comparaison aux autres sources de données

- Des données concernant les pertes alimentaires ont été publiées et diffusées ces dernières années mais le périmètre de ces études ne concernait jamais précisément la filière fruits et légumes en France
- Souvent, les données diffusées avaient été extrapolées à partir des filières étudiées dans d'autres pays et au cours d'années différentes. Cette méthodologie a notamment été choisie dans le rapport FAO de 2011 où l'extrapolation concernait des grandes zones géographiques tout en fusionnant les filières des fruits et légumes frais et transformés.
- Au final, avec une méthodologie plus affinée sur la filière fruits et légumes en France, les résultats issus de l'enquête menée par Gressard en collaboration avec l'INRA présentent des niveaux de pertes bien plus faibles que l'étude FAO 2011 : environ 12 % pour l'étude Gressard contre 37 % pour le FAO

Diffusion

- Synthèse disponible sur le site de FranceAgriMer : <http://www.franceagrimer.fr/filiere-fruit-et-legumes/Informations-economiques/Etudes-et-syntheses>
- Restitution en « Matinée études » à FranceAgriMer

Utilisation

Cette étude a pour but de fournir à l'ensemble des acteurs de la filière, de l'amont à l'aval, des données fiables du niveau des pertes alimentaires et des pistes pour les faire diminuer.

Recommandations

La filière fruits et légumes met tout en œuvre pour réduire les pertes alimentaires de la production jusqu'à la vente au détail (12 % de pertes dans la filière des fruits et légumes frais en France). Par exemple, les entreprises développent le don alimentaire à tous les stades de la filière. Ce n'est qu'en dernier recours que les volumes de fruits et légumes non consommables sont valorisés par d'autres procédés comme la méthanisation.

Etude sur les produits phytosanitaires dans la filière fruits et légumes : perception et impact sur la confiance des consommateurs

**Pilotée et financée par FranceAgriMer et Interfel
Réalisée par le cabinet BVA et l'agence Protéines**

Contexte

L'utilisation des produits phytosanitaires en agriculture est un sujet de préoccupation des français largement relayé par les médias. C'est dans ce contexte qu'a été proposée cette étude visant à recueillir la perception qu'avaient les consommateurs de l'usage des produits phytosanitaires dans la filière fruits et légumes et les réactions d'un panel représentatif de la population française face à la présentation d'un certain nombre de « points d'éclairage ».

Objectif

Cette étude vise à la fois à établir un état des lieux de la perception des produits phytosanitaires par les consommateurs et d'en tirer les conséquences pour les acteurs de la filière sur la manière dont ils doivent communiquer sur leurs pratiques afin de les faire mieux connaître et accepter auprès du grand public.

Méthodologie

Cette étude comprend deux volets :

Un premier volet réalisé par le cabinet BVA qui fait un état des lieux sur la confiance qu'ont les consommateurs dans les fruits et légumes frais à travers une enquête online auprès d'un échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

Un deuxième volet en deux phases a été réalisé par l'agence de communication Protéines : une phase qualitative visant à recueillir des discours de consommateurs sur les produits phytosanitaires dans les fruits et légumes et une phase quantitative visant à tester des messages de réassurance sur l'usage des produits phytosanitaires dans la production de fruits et légumes.

La phase qualitative s'est déroulée sous forme d'un forum de discussion sur internet et modéré par l'agence.

La phase quantitative a été réalisée sur un panel internet de 1008 personnes représentatives de la population française. Les questions ont porté sur les niveaux de consommation des différents types de légumes (frais, surgelé, conserve, quatrième gamme, agriculture biologique) et les lieux d'achat.

Les analyses statistiques ont permis de comprendre quels sont les éléments qui structurent la confiance dans les fruits et légumes.

Résultats

Premier volet

Les Français croient massivement aux bienfaits des fruits et légumes frais : ils sont à ce titre 91% à penser qu'il faut favoriser la consommation de F&L auprès des enfants. Pour autant, si leur confiance vis-à-vis des fruits & légumes reste élevée, celle-ci tend à légèrement s'effriter. Si 94% des français ont globalement confiance (95% en 2014) vis-à-vis des fruits et légumes frais, ils ne sont plus que 33% à avoir tout à fait confiance contre 38% en 2014.

Cette érosion est potentiellement imputable au doute engendré par la présence des pesticides, principal motif de perte de confiance (57% des répondants l'évoquent en spontané). Plus généralement, seulement un français sur trois pense que les producteurs utilisent de moins en moins de pesticides. Face à cette érosion, touchant de manière plus importante des populations informées et méfiantes par rapport aux circuits traditionnels, certaines informations rassurent le consommateur : l'origine française (71% disent qu'elle leur donne davantage confiance), une marque de certification bio (69%) ou un signe de qualité (72%).

Deuxième volet

Cette étude a montré des éléments consensuels entre tous les participants et d'autres sur lesquels les avis sont plus partagés. La présence de résidus dans les fruits et légumes et l'utilité des produits phytosanitaires pour protéger les récoltes sont des éléments connus et reconnus, mais des attentes en matière d'utilisation plus responsable ressortent des discussions. Les sujets de la santé des agriculteurs et des riverains, tout comme les impacts environnementaux ont été soulevés.

Cependant la France reste perçue comme plus sévère et mieux encadrée réglementairement que d'autres pays.

De même, la confiance en l'agriculteur apparaît comme un enjeu majeur : elle est directement corrélée à la confiance dans les F&L permettant la « relativisation » de la présence de résidus par rapport au bénéfice de la consommation portée par le 5 F&L par jour

Diffusion

- Synthèse disponible sur le site de FranceAgriMer : <http://www.franceagrimer.fr/filiere-fruit-et-legumes/Informations-economiques/Etudes-et-syntheses>
- Restitution en « Matinée études » du 15 juin 2016 à FranceAgriMer

Utilisation

Cette étude a pour but de donner des clés aux acteurs de la filière afin de mieux communiquer sur leurs pratiques phytosanitaires pour les faire mieux accepter.

Recommandations

Les analyses statistiques montrent que les éléments structurant de la confiance dans les fruits et légumes sont prioritairement la confiance dans la réglementation et la confiance dans les progrès réalisés par la filière. Et c'est sur ce dernier point que l'apport d'éléments de preuve a le plus grand impact pour faire changer la perception des pratiques phytosanitaires.



Bilan des achats de fruits et légumes frais en 2015 Panel de consommateurs KANTAR

Financé par FranceAgriMer, CTIFL, Interfel et le CNIPT

Réalisé par KANTAR Worldpanel

Contexte

Le suivi des achats de fruits et légumes frais et transformés par les ménages français pour leur consommation à domicile est un outil essentiel pour éclairer les analyses de l'établissement comme celles des opérateurs et des familles professionnelles.

Dans ce contexte, FranceAgriMer, le CTIFL, Interfel et le CNIPT co-financent l'achat d'un panel de consommateurs réalisé par Kantar.

Objectif

L'objectif de ce suivi est la mise à disposition d'informations sur les achats de fruits et légumes frais et transformés par les ménages français pour leur consommation à domicile.

Méthodologie

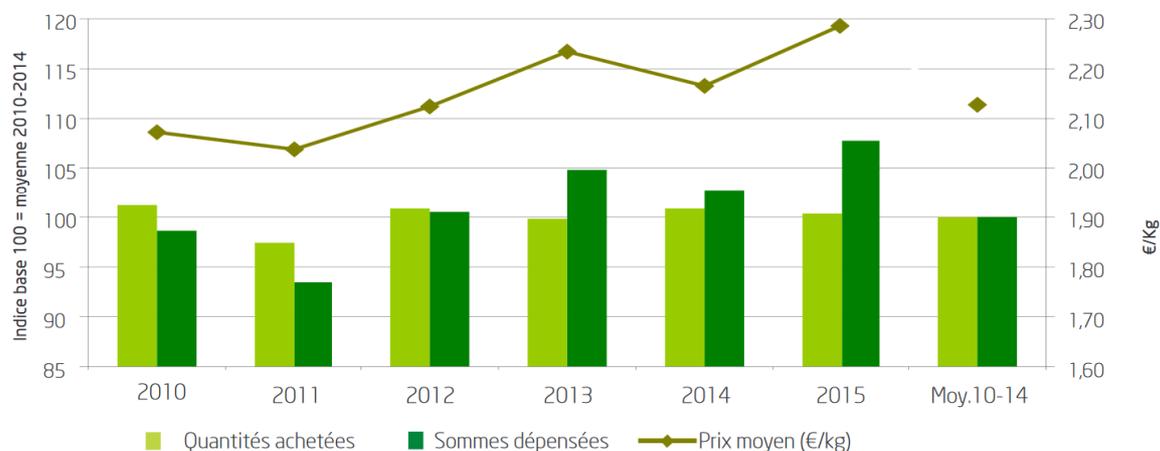
Le panel Kantar Worldpanel mesure les achats de 12 000 ménages, dits ordinaires, représentatifs de la population française, qui déclarent l'ensemble de leurs achats pour leur consommation à domicile, quel que soit le circuit d'approvisionnement (grandes surfaces alimentaires, hard discount, primeurs, marchés, vente directe...).

Ce panel ne prend pas en compte la consommation dans le circuit des CHR (cafés, hôtels, restaurants), ni celle réalisée par les ménages en vacances, pas plus que celle des ménages dits collectifs (casernes, prisons, hôpitaux, congrégations religieuses...).

Résultats

En 2015, les quantités de fruits et légumes achetés les ménages français ont été stables mais les prix moyens ont augmenté.

Évolution des achats de fruits et légumes frais



L'année 2015 est en effet marquée par le net accroissement de la dépense consacrée par les ménages à leurs achats de fruits et légumes frais. Celle-ci progresse de 5 % par rapport à 2014 et s'établit bien au-dessus de la moyenne 5 ans (+ 7,8 %). Cette progression est avant tout imputable à la hausse du prix moyen d'achat (+ 5,5 %). En effet, les quantités achetées sont stables (- 0,5 %), au niveau de leur moyenne quinquennale. La fréquence d'achat reste ainsi au plus haut (66 actes d'achat), s'accompagnant seulement d'une très faible diminution des quantités achetées par acte (- 0,5 %).

Diffusion

Les résultats de ce suivi ont été présentés par Kantar lors d'un bilan fruits d'été (décembre 2015) puis d'un bilan annuel (mars 2016).

Ces résultats servent à l'élaboration de diverses publications (bilans, notes de conjonctures...) qui sont mises en ligne sur les sites internet des différents partenaires, et diffusées lors des conseils spécialisés de FranceAgriMer.

http://www.franceagrimer.fr/content/download/44653/426339/file/achats%20de%20fruits%20et%20l%C3%A9gumes%20frais_2015.pdf

Utilisation

Les données, essentielles pour éclairer les analyses de l'établissement comme celles des opérateurs et des familles professionnelles, sont utilisées pour la réalisation de diverses publications, selon les besoins, que ce soit pour des études économiques, des notes sur la filière, des analyses de marché, des bilans de campagne ou des présentations au conseil spécialisé FAM.



Observatoire des exploitations fruitières Données 2014

Financée par FranceAgriMer, le Ctifl et la FNPF
Réalisée par CERFRANCE

Contexte et objectifs

Cette étude est réalisée par le Conseil National des Centres d'Economie Rurale (CNCER) pour le compte de la FNPF, du Ctifl et de FranceAgriMer depuis 1990 (historique depuis 1987).

L'observation d'un échantillon constant d'exploitations donne des indicateurs sur la santé économique des exploitations à dominante fruitière. Cet échantillon vise à représenter la diversité des modèles d'exploitations.

Les résultats de l'observatoire ne peuvent pas et doivent pas être extrapolés à l'ensemble de la production de fruits.

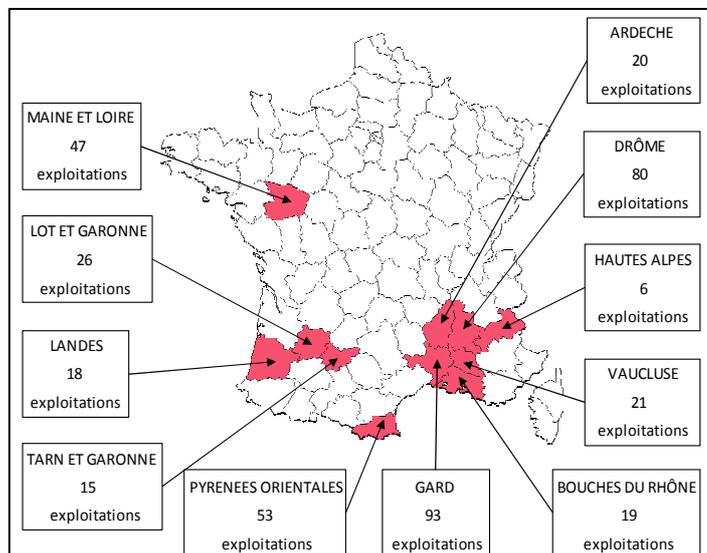
L'étude s'appuie sur trois types de données :

- les données comptables, qui permettent de suivre les charges, le produit brut et le revenu des exploitations,
- des données extra comptables qui expliquent les différences et les variations de la structure des coûts, notamment la main d'œuvre
- des données financières qui permettent de situer les exploitations vis-à-vis du risque financier et d'éclairer leurs choix stratégiques.

Méthodologie

Base de l'enquête

- 398 exploitations enquêtées en 2015 sur les données comptables 2014 et 2013
- 11 départements participants ; cf carte ci-dessous



L'échantillon mis en place est national et constitué de 398 exploitations. Il a été choisi de manière à être représentatif en référence au dernier recensement agricole (surfaces, nombre d'UTA, répartition géographique, espèce cultivée...).

Les exploitations sont spécialisées en arboriculture, 50 % au moins du produit brut total est issu du verger. Les résultats sont analysés selon une typologie qui prend en compte principalement, l'espèce fruitière dominante ainsi que la dimension de l'exploitation et son niveau de spécialisation fruitière. Ainsi l'analyse se décompose par typologie d'exploitations fruitières :

- Ensemble des exploitations
- Type 1 : spécialisés pêche
- Type 2 : spécialisés pomme
- Type 3 : spécialisés abricot
- Type 5 : diversifiés et autres spécialistes

Données comptables

Les résultats (produit brut, charges, revenu) concernent l'ensemble des exploitations à dominante fruitière (entre 50% et 100% du chiffre d'affaires) mais dont le revenu peut être complété par d'autres productions comme les céréales, la viticulture, etc.

Données financières

Les données financières permettent de déterminer des groupes à risques. Trois ratios (annuités/produit brut, taux d'endettement, dettes à court terme/actifs circulants) sont ainsi définis et permettent de distinguer deux groupes à risque, « nul à faible » et « moyen à élevé ».

Chiffres-clés du secteur des fruits en 2014

(Ensemble des fruits métropolitains destinés au frais et à l'industrie)

- Surfaces : 154 200 hectares
- Production : 2,8 millions de tonnes
- Valeur de la production : 2,82 milliards d'euros soit 3,7 % de la valeur de la production de l'agriculture
- Nombre d'exploitations : 22 900 exploitations ayant un verger 9 espèces : pomme, poire, pêche, abricot, prune, cerise, kiwi, noix, agrumes (*Recensement agricole de 2010*).
- Emploi : 57 350 UTA (équivalent actifs à temps complet) (*Recensement agricole de 2010*)

Source : Agreste (*statistique annuelle 2014, Comptes de l'agriculture INSEE, RGA 2010*)

Résultats 2014

Pour les types spécialisés en pêche, en pomme, ou en abricot, les deux tiers au moins du produit brut proviennent de l'espèce concernée par la spécialisation. La SAU moyenne de l'échantillon est de 36,1 ha dont 20,6 ha de vergers, 7 ha de grandes cultures et 2,8 ha de vignes.

La main d'œuvre totale par exploitation est de 9 UTA (équivalent actif à temps complet), dont 7,7 UTA salariés, soit 85 % du total.

Le produit brut moyen de l'échantillon s'élève à 404,3 k€. Le total des charges (y compris les salaires estimés de la main d'œuvre familiale) atteint 421 k€. Ce qui signifie que les exploitations ont enregistré un déficit avec un résultat courant d'environ -16,7 k€. Ce résultat courant négatif succède à une année 2013 où il était nettement positif (+32,4 k€). Si l'on réintègre au résultat 2014 les salaires familiaux estimés sur la base horaire du Smic, on obtient un résultat familial légèrement positif de 8,4 k€, ce qui laisse peu de souplesse pour à la fois rémunérer l'exploitant, et investir ou renforcer la trésorerie de l'exploitation. Par rapport à l'année précédente, la cause de ce moindre résultat en 2014 est à la fois une

hausse des charges de 6,2 % et un recul du produit brut de 5,6 %. Dans le détail des charges, la main d'œuvre salariée représente la première dépense (37 %), alors que le poste « gestion » pèse pour 23 %, le poste « matériel-bâtiment » pour 15 %, les approvisionnements pour 14 % et la main d'œuvre familiale pour 9 %. Par rapport à 2013, tous les postes de charges sont en hausse, à l'exception des approvisionnements (-3,3 %). Les charges de main d'œuvre (salariée et familiale) ont significativement augmenté (+8,2 %), tout comme les charges de gestion (+8 %) et les charges d'installation-bâtiment (+8,6 %).

Cette dégradation en 2014, après une année 2013 positive, a été un coup de frein à l'amélioration financière des exploitations fruitières. Sur l'ensemble de l'échantillon, 37 % des exploitations sont en risque financier moyen ou élevé, soit 4 points de plus que l'année précédente.

Les comportements financiers observés semblent aller dans le sens de cette dégradation. Les situations de ralentissement augmentent (29 % contre 23 % en 2013), particulièrement au détriment des comportements de croisière (14 % contre 18 % en 2013). Par contre, les comportements de renforcement (28 %) ou de croissance (30 %) sont relativement stables.

Cette situation générale recouvre une certaine disparité par type d'exploitation. En 2014, tous les types d'exploitations ont dégagé une marge nette négative. Dans l'ensemble, les producteurs ont été confrontés à un marché des fruits mitigé avec des prix limités. Dans le cas des spécialistes de la pêche, après deux années successives de progression de la situation financière des exploitations en 2012 et 2013, l'année 2014 se présente comme une année « catastrophique » en raison d'un résultat très négatif qu'il soit courant ou familial. Cela avait déjà été le cas en 2011 pour ce type d'exploitation. Le résultat courant est également négatif pour les autres types d'exploitation mais de façon plus nuancée. D'ailleurs, le résultat familial (salaires familiaux intégrés) reste positif pour l'ensemble des types.

Egalement, la santé financière est très variable selon les catégories. Elle dépend aussi du passif accumulé au cours des années précédentes. Ainsi les producteurs spécialistes de la pêche enregistrent 58 % de situations de risque moyen ou élevé, alors que 32 % des spécialistes de la pomme ou 31 % des diversifiés et autres spécialistes sont dans ce cas. Les spécialistes de l'abricot sont à un niveau intermédiaire d'exploitations en risque moyen ou élevé (48 %). Dans le cas des exploitations spécialisées en pêche on observe une nette aggravation par rapport à l'année précédente et inversement pour les spécialisées en abricot. Pour les spécialistes de la pêche les comportements financiers ont perdu du dynamisme par rapport à 2013 avec une forte hausse des ralentissements (+10 points) et un recul des renforcements (-8 points). Les exploitations spécialisées en pomme ont également perdu du dynamisme avec une forte augmentation des ralentissements (+22 points), et une baisse des renforcements (-12 points). A la différence, les spécialistes de l'abricot et les diversifiés et autres spécialistes affichent des comportements financiers plus stables par rapport à 2013. L'examen des trajectoires sur trois ans montre que, si la moitié des unités sont en développement (mais seulement 25 % de manière soutenue), à l'opposé une unité sur cinq est en déclin et n'a pas pour l'instant la capacité de se relancer. Chiffre inquiétant, 43 % des spécialistes de la pêche sont concernés par ce déclin.

Ainsi, l'année 2014 marque globalement une dégradation de la situation financière des exploitations fruitières par rapport à une année 2013 qui était une année jugée satisfaisante avec des résultats plus élevés que les années précédentes. Les stratégies de développement concernent tout de même la moitié de l'échantillon, ce qui est encourageant. Néanmoins l'écart des comportements entre les différents types ne peut être ignoré, les phases de déclin touchant particulièrement les exploitations spécialisées en pêche.

Il ressort de ces résultats la nécessité pour les arboriculteurs de conserver année après année une marge positive, sans laquelle ils ne peuvent maintenir leur capacité d'investissement indispensable au maintien de la filière fruitière française. En effet, le recul du nombre d'exploitations et des surfaces de vergers a été marqué lors du dernier recensement agricole, la filière fruitière française ayant de plus en plus de difficultés à fournir le marché français qui doit recourir aux importations de fruits.

Diffusion

- Synthèse des résultats mise en ligne sur les sites internet : de FranceAgriMer <http://www.franceagrimer.fr/filiere-fruit-et-legumes/Informations-economiques/Etudes-et-syntheses> et du Ctifl <http://www.ctifl.fr/>
- Restitution effectuée en la matinée études du Conseil spécialisé fruits et légumes de FranceAgriMer.
- Restitution lors du Conseil d'administration de la FNPF.
- Synthèse des résultats diffusée lors du Conseil spécialisé fruits et légumes de FranceAgriMer

Utilisation

Outre l'information sur la santé économique des exploitations fruitières apportée aux producteurs de fruits et aux acteurs de la filière, les résultats de l'observatoire des exploitations fruitières servent de référence pour l'estimation des coûts de production dans le cadre de l'Observatoire de la formation des prix et des marges suivi par FranceAgriMer. Ils peuvent également servir de référence dans le cadre de l'évaluation des aides publiques telles que les aides à la rénovation du verger ou le Programme d'Investissement d'Avenir (PIA).



Observatoire économique des entreprises de commercialisation du secteur des fruits et légumes Données 2014

**Financée par FranceAgriMer et l'UNCGFL
Réalisée par AND-International**

Objectifs de l'étude

Cet outil permet de rassembler des éléments financiers (issus de documents comptables) et qualitatifs en vue de dégager les renseignements suivants :

- évolution du volume d'affaires et des marges brutes,
- indications concernant les débouchés,
- préoccupations professionnelles,
- questions plus centrées sur quelques espèces fruitières et légumières

L'objectif est de réaliser un compte moyen sur la base de 51 comptes représentatifs dont plus de la moitié en collecte directe.

Méthodes et moyens mis en œuvre

- Douze interrogations mensuelles
- Une Interrogation annuelle (comptes des entreprises).

Résultats

Bonne résistance à la crise en 2014

Les années se suivent et ne se ressemblent pas : l'été 2014, fut l'occasion d'une crise des fruits ; les résultats de l'année traduisent cette mauvaise conjoncture.

Le CA recule sensiblement, de près de 4%, ce qui ne le ramène cependant pas au niveau de 2012 ;

Le taux de marge brute progresse, ce qui est logique dans le jeu de bascule de l'activité et des prix : il passe de 19,4 à 20,3 %, soit près de 1 point de hausse. Le volume de marge reste stable (+0,7% en valeur absolue).

Les charges externes progressent en valeur absolue (+2,2%) et en proportion du CA (+0,6 points)

Les frais de personnel sont toujours plus élevés : +4,2% en valeur absolue, (+ 0,7points)

L'excédent brut d'exploitation, résultat économique, s'établit à 2,3% du CA, sa valeur est en chute de 14%, ce qui met fin à deux années de progression. Le niveau de 2014 est comparable à celui de 2012.

Les dotations aux amortissements et provisions, y compris les reprises, sont d'une stabilité presque absolue ; leur influence sur le résultat d'exploitation est mineure.

Le résultat financier s'améliore, il est proche de zéro, même si le montant d'intérêts payés est stable.

Le résultat courant avant impôts s'érode à peine (-6% en valeur absolue) et le taux reste stable (il passe de 2,0% à 1,9% du CA)

Dû à un peu moins d'impôts, le résultat net fléchit à peine : -3,5% en valeur pour un taux qui reste stable (1,2% du CA).

Le taux de CAF (autofinancement) fléchit : -15% en valeur pour un taux qui passe de 1,9% à 1,7%. Le recul vient du fait que l'amélioration du résultat financier repose sur des reprises, produits non repris dans le calcul de la CAF

En conclusion :

L'année 2014 marque un renversement de conjoncture, notamment à partir de la crise d'été ;

Le CA est affecté, mais la baisse est modérée ;

L'augmentation du taux de marge brute compense les hausses tendanciennes de charges (externes et de main d'œuvre), ainsi, la rentabilité fléchit un peu, notamment l'autofinancement, sans qu'il y ait péril en la demeure.

Diffusion

Le rapport est disponible auprès de l'UNCGFL de FranceAgriMer et est diffusé directement aux répondants

Utilisation

L'observatoire est la principale source d'informations de l'UNCGFL sur la situation économique de leurs entreprises et ce en fonction des métiers exercés, Grossistes à service complet ou opérateurs carreau. Il est utilisé notamment pour la réalisation du rapport de branche obligatoire à présenter aux partenaires sociaux.

Par ailleurs cet observatoire permet aux répondants de situer leur entreprise par rapport aux résultats du panel.

Les données issues de cet observatoire servent entre autre de sources pour l'observatoire de la formation des prix et des marges de FranceAgriMer.

Etudes de la Commission des études F&L transformés



Etude commission F&L transformés

Observatoire statistique et économique des filières de transformations du fruit (données 2014)

Financée par FranceAgriMer et l'AFIDEM

Contexte

Les filières de transformation du fruit représentent une activité économique importante pour les productions fruitières françaises, car elles utilisent certains fruits non commercialisables sur le marché du frais. C'est un complément très important pour les producteurs qui stabilise le marché et qui permet de commercialiser suivant les années entre 15 à 20 % de la production fruitière.

La gamme des produits transformés est assez vaste. Elle couvre à la fois des produits grandes consommations (compotes de pommes et mélanges, jus de fruits, confitures, liqueurs de fruits, 4^{ème} gamme...) et des produits intermédiaires (purées de fruits, concentrés, ...). Ce secteur transforme environ 450 000 à 500 000 tonnes de fruits. Pour un certain nombre de produits, les échanges extérieurs sont importants.

Objectifs de l'étude

L'objectif de cette étude est de donner aux entreprises du secteur (producteur et transformateur), les données statistiques, de veille et d'analyse économique leur permettant d'optimiser leur développement. Il est, en particulier, important d'anticiper la disponibilité de la matière première en adéquation avec la consommation des produits transformés dans la mesure où ce sont des productions pérennes. Cela vaut également pour les innovations ou évolution des produits.

Cet observatoire statistique et économique apporte aux entreprises les éléments de connaissance, de pilotage et de gestion du marché

Méthodologie

L'AFIDEM qui réalise cette étude, collecte et traite les informations existantes : données communiquées par Adepale, Unijus, Unicid, MEDFEL, les organisations professionnelles, statistiques interprofessionnelles, statistiques douanières...

L'étude porte sur les données statistiques de l'année 2014 :

1. Bilan de l'ensemble des fabrications de fruits et des échanges extérieurs
2. L'analyse par espèce fruitière

Résultats

La récolte 2014 est globalement une bonne année de production, sans incidents majeurs. Dans les espèces significatives pour la transformation, seul le cassis présente un volume de production nettement déficitaire par rapport au plein potentiel. La récolte de pommes se situe sur une moyenne basse.

Les tonnages moyens de fruits transformés pour les principales espèces fruitières sont les suivants : Pommes : 300 à 340 000 tonnes - Abricots : 20 000 tonnes - Pêches : 15 à 20 000 tonnes – Poires : 15 000 tonnes - Prunes Mirabelles, Reines Claudes : 5 000 tonnes - Cassis : 5 000 tonnes.

Pour les fabrications industrielles, en 2014, on peut constater le maintien d'une très bonne progression du secteur des purées, ce qui correspond à la progression du secteur des produits allégés et sans sucre ajouté (S.S.A). A noter qu'une partie des purées est utilisée ensuite pour la fabrication des compotes. Pour les autres produits, on constate une certaine stabilité, sauf pour les fruits au sirop qui présentent une baisse en 2014.

Pour les jus de fruits, le jus de pomme représente une part de marché de 10,5 %. La consommation est en hausse de 2 % versus 2013, alors que pour l'ensemble jus de fruits la consommation est en baisse de 3,9 % (référence Unijus/NIELSEN -consommation en excluant la consommation hors domicile).

Au niveau des échanges extérieurs, seuls les secteurs des confitures et purées sont excédentaires. Tous les autres secteurs sont déficitaires.

FRAISES

La transformation est principalement approvisionnée par l'importation de fraises congelées qui représente en 2014 : 49 812 tonnes.

ABRICOTS

En France, la récolte 2014 a été marquée par un tonnage en hausse de 33 % rapport à 2013 qui était particulièrement faible.

Pour la transformation, la campagne a été marquée par un bon niveau de fabrication des purées de fruits et une stabilité sur les autres productions.

Le cours du marché des fruits vers la transformation a été d'un niveau élevé pour la qualité

PECHES

A partir de 2014/2015, le verger de pavier semble stabilisé en Espagne et est en croissance dans le nord de la Grèce (Macédoine). Pour la France, au niveau du verger, l'érosion des surfaces se stabilise.

Sur le plan des fabrications industrielles, il n'y a pas d'évolution majeure (pour certains produits, les règles de confidentialité lorsqu'il y a peu d'entreprises, ne permettent plus de poursuivre les séries statistiques de façon fiable).

CASSIS

Les estimations de production de la campagne 2014 situaient la récolte à un niveau proche de 2013 pour les deux variétés principales Noir de Bourgogne et Blackdown. Ce niveau de production reste, comme depuis 2012, très inférieur au potentiel du verger, en particulier pour la variété Noir de Bourgogne.

Ces difficultés de production en 2014 sont de nouveau liées aux conditions climatiques difficiles du printemps Il n'y a pas d'évolution majeure dans les fabrications industrielles. La crème de cassis est cependant un produit qui subit une lente érosion de la consommation. Le cours du marché des fruits vers la transformation est resté relativement stable.

MIRABELLES

La production 2014 de Mirabelles était d'un bon niveau. Cependant, la maturité hétérogène et une période de récolte plus courte qu'à l'habitude en raison de la tardivité, ont compliqué le déroulement de la récolte et par conséquent l'approvisionnement des transformateurs. Les besoins ont pu être satisfaits dans l'ensemble.

Les fabrications industrielles sont relativement stables. On peut cependant noter le développement d'un site de production pour les fruits surgelés IQF (Individually Quick Frozen) et des purées.

Le cours du marché des fruits vers la transformation était en légère baisse par rapport à 2013.

POIRES

En France, la récolte a été d'un bon niveau qualitatif. La disponibilité pour la transformation en purée a été d'un niveau plutôt faible.

Sur le plan des fabrications industrielles, il n'y a pas d'évolution majeure si ce n'est la diminution des fruits au sirop et au naturel.

Le cours du marché des fruits vers la transformation en purées et compotes est en légère baisse par rapport à 2013.

REINES CLAUDES

Les fabrications industrielles sont en régression en particulier pour la confiture en raison du manque de disponibilité des fruits.

POMMES

La fin de campagne 2013/2014 (premier semestre 2014)

La fin de campagne a été marquée par des stocks élevés, une fin de commercialisation tardive pour la variété golden et des niveaux de prix dégradés.

La récolte 2014

Le disponible pour le marché de la transformation est estimé en hausse par rapport à l'année précédente. Le verger extensif allemand (non comptabilisé dans les prévisions) semble sur un bon niveau de production.

La fin de campagne a été marquée par une tension sur l'approvisionnement des usines ce qui a eu pour conséquence une augmentation de l'import et des niveaux de prix élevés. Le cours de la pomme pour la destination jus a également été orienté à la hausse sur l'ensemble de la campagne.

L'approvisionnement des usines en volume a globalement été satisfaisant.

Sur le plan des fabrications industrielles, on constate la poursuite de la progression du secteur des compotes, en particulier avec l'augmentation des purées qui traduit l'augmentation des produits allégés et S.S.A. (Sans Sucre Ajouté) qui n'ont pas droit à l'appellation compote vis-à-vis du consommateur.

Diffusion

La présentation économique des données statistiques de la filière fruits et légumes transformés est diffusée auprès des membres de l'AFIDEM, des différents acteurs et observateurs de la filière, aux membres du Conseil spécialisé de FranceAgriMer, aux centres de documentation et à la presse professionnelle.

Utilisation

Les professionnels de la filière fruits transformés utilisent les données afin de connaître les évolutions concurrentielles de leurs produits et d'orienter leur stratégie de filière.

Les données sont utilisées par les services de FranceAgriMer selon les besoins, que ce soit pour des études économiques, des notes sur la filière, des analyses de marché, des bilans de campagnes ou des présentations au Conseil spécialisé.



Etude commission F&L transformés

Connaissance statistique du secteur du Bigarreau (données 2014)

Financée par FranceAgriMer et l'ANIBI

Contexte

Pour maintenir une activité de production et de transformation de cerises, la France est le seul pays, en dehors des USA, à avoir mécanisé sa récolte de bigarreaux d'industrie. Avec cette évolution, qui n'a pas été sans conséquences sur les vergers (réduction importante de surfaces) les opérateurs français ont adapté leurs outils de production pour les rendre plus compétitifs. En 2013, la filière française a été entièrement recomposée avec la cession par le groupe Kerry de ses activités cerises confites à un fonds d'investissement industriel français. De nouvelles perspectives en terme de marché et donc d'orientation pour les vergers sont à rechercher. Enfin, les questions de renouvellement des plantations vont se poser tant du point de vue agronomique et variétal qu'économique.

Objectif de l'étude

Le but de cette étude est de

- parfaire et d'actualiser la connaissance du secteur et des échanges au niveau européen et mondial pour préparer et adapter les stratégies des entreprises de la filière aux évolutions permanentes des marchés.
- identifier de nouveaux débouchés commerciaux aux cerises en saumure et confites françaises.
- préparer les décisions stratégiques dans l'adaptation et le renouvellement des vergers pour répondre aux besoins industriels.
- permettre de diversifier les débouchés commerciaux et les vergers

Méthodes et moyens mis en œuvre

Ce programme est réalisé par l'ANIBI, chargé de collecter et de traiter les informations existantes sur le bigarreau d'industrie. Les données sont communiquées par les organisations professionnelles adhérentes. Il s'agit de statistiques interprofessionnelles, de statistiques douanières et de données sur la production des différents pays concernés.

L'étude porte sur les données statistiques de l'année 2014 :

- les productions mondiale, européenne et française de cerises ;
- le suivi mensuel du commerce extérieur de la France ;
- le suivi mensuel ou trimestriel du commerce extérieur de différents pays (Italie, Espagne, Grèce, Royaume Uni, Allemagne et Etats-Unis) ;
- la synthèse annuelle des échanges communautaires ;
- les informations sur les pays tiers.

Résultats

La production française de cerises d'industrie

2014 est la meilleure des 8 dernières campagnes de bigarreau industrie. Avec 8.113 tonnes cette récolte donne une idée du réel potentiel de production de la filière française. En effet,

cette campagne s'est déroulée dans d'excellentes conditions climatiques à l'exception d'un orage de grêle localisé dans le Vaucluse en fin de récolte.

Situation des cerises conservées provisoirement

France

Après une baisse en 2013, la France maintient ses exportations en 2014 à un niveau légèrement supérieur à 600 tonnes.

Italie

Les importations italiennes de cerises en saumure continuent à progresser pour atteindre un plus haut niveau historique (15.078 tonnes). Les tonnages exportés en 2014 baissent mais se maintiennent à un niveau élevé. Une grande partie des exportations intra européennes concerne des échanges entre l'Italie et la Bulgarie. Ces exportations semblent correspondre à des échanges à l'intérieur d'un même groupe (maison mère et filiale d'un saumurier italien).

Espagne

Les chiffres de 2014 confirment la progression des ventes espagnoles à l'exportation de cerises en saumure. Avec 6.062 tonnes, les exportations atteignent un niveau inédit confirmant le choix économique des producteurs d'exporter leurs cerises plutôt que d'approvisionner la transformation locale.

La situation des cerises confites

Les exportations européennes des cerises confites poursuivent la progression constatée en 2013 après près de 5 ans de crise. Les industriels français et espagnols profitent de cette embellie du marché au détriment des fabricants italiens et grecs.

France

Les exportations françaises de cerises confites progressent de plus de 20 % en 2014 confirmant la reprise constatée en 2013. Avec 5 676 tonnes exportées en 2014, les confiseurs reviennent au niveau de l'année 2008. Ces bons résultats récompensent la politique de redressement active du principal industriel français. Signalons que cette politique a été servie par l'excellente récolte qui a permis aux confiseurs de s'assurer un approvisionnement qualitatif à un prix compétitif.

Grèce

Les chiffres d'exportation de cerises confites baissent de plus de 400 tonnes. Le prix d'exportation remonte à 2,13€/kg. La situation financière de l'opérateur grec semble de plus en plus difficile.

Italie

Les exportations de cerises confites italiennes retombent en dessous du niveau de 2012. Cette baisse provient essentiellement d'une perte de part de marché au Royaume-Uni. La difficulté d'approvisionnement en cerises fraîches ou en saumure en 2014 peut être une explication à cette baisse. La guerre commerciale lancée par les industriels français peut être un autre élément d'explication.

Espagne

Les exportations de cerises confites progressent très fortement en 2014 (+33 %) mais l'essentiel de cette progression est due à l'augmentation des ventes vers la France (+388 tonnes).

La situation du Bigarreau au sirop

L'Allemagne est le leader incontesté, véritable plaque tournante de la transformation et du négoce de cerises au sirop en Europe. L'Allemagne est ainsi le plus gros exportateur mais également le plus gros importateur de cerises au sirop. En 2014, les exportations allemandes de cerises au sirop se stabilisent à un niveau élevé, supérieur à 12.000 tonnes. La France dont l'appareil de production est devenu quasiment inexistant demeure le principal pays d'exportation des cerises au sirop allemandes. Les gros conditionnements montrent une tendance à la baisse alors que les petits boîtages progressent de 10,5 %.

La consommation française apparente de cerises au sirop retombe à un niveau voisin de 10.000 tonnes, quasi totalement approvisionné avec des cerises au sirop importées (d'Allemagne notamment).

La filière espagnole des fruits au sirop est en perte de vitesse en raison d'une forte concurrence aux approvisionnements d'autres secteurs (alcool, saumure, conserveurs allemands).

Les tonnages 2014 de cerises au sirop exportées par l'Italie progressent d'environ 10 % et ce pour tous les types de conditionnements mais les prix pratiqués laissent penser qu'il s'agit de produits élaborés (cerises cocktail et cerises au marasquin).

Diffusion

La présentation économique de la filière bigarreau est diffusée auprès des membres de l'ANIBI, des membres du Conseil spécialisé de FranceAgriMer, des différents acteurs et observateurs de la filière, des centres de documentation et de la presse professionnelle. Par ailleurs, une diffusion du rapport est effectuée auprès des Organisations de producteurs et des industriels de la filière française.

Utilisation

Les données sont utilisées par l'ANIBI et les services de FranceAgriMer selon les besoins, que ce soit pour des études économiques, des notes sur la filière, des analyses de marché, des bilans de campagne ou des présentations au Conseil spécialisé.

Les professionnels de la filière bigarreau utilisent également les données afin de connaître les évolutions concurrentielles de leur produit et orienter leur stratégie de filière.

Etude commission F&L transformés

Analyse et suivi concurrentiel du champignon de couche en Europe

Financée par FranceAgriMer et l'ANICC

Contexte

La problématique du champignon de couche est différente selon sa destination : le marché du champignon frais ou le marché du champignon transformé (conservé ou surgelé). Les flux entre les pays intra et extra-communautaires fluctuent en fonction de termes concurrentiels en constante évolution et de systèmes de consommation tout aussi mouvants. Les termes concurrentiels sont différents selon les pays. Les habitudes de consommation ont une grande typicité : mixte frais et transformé (ex : France), frais (ex : Italie), transformé (ex : Allemagne).

Le marché est mondial, l'Union européenne représentant environ 50% de la production mondiale. La filière française a produit 106 000 tonnes pieds coupés en 2013, soit 9,6 % de la production totale européenne (1 105 400 tonnes), mais seulement 4 % de la production européenne destinée au marché du frais (soit 28 000 tonnes sur 694 900 tonnes).

La filière française représente 20 % de la transformation européenne. Celle-ci, au même titre que l'ensemble de la transformation européenne, reste très fragile et dépendante d'un contingent tarifaire qui est partie intégrante des négociations de l'OMC ou potentiellement de toute négociation internationale, et d'une évolution de la filière polonaise déstabilisante par la rapidité de son évolution.

Objectifs de l'étude

L'objectif est d'analyser notamment :

- l'évolution des flux sur les différents marchés européens et les principaux marchés mondiaux.
- le taux de pénétration des pays concurrents intra et extra communautaire sur le marché français voir d'autres marchés importants.
- les modifications de la structuration du marché français au travers des panels (type de produits, de consommateurs, de prix, type de distribution, etc.) en comparaison des marchés (en particulier avec le marché allemand)
- l'évolution des principaux paramètres des coûts de production.
- les fluctuations monétaires entre les pays de la zone euro, les autres et leurs potentiel impact
- l'impact de réglementations communautaires relatives aux aides aux investissements perturbatrices par la brutalité de l'impact qu'elles produisent.

Résultats

La production européenne de champignon en 2014 représente 1,1455 million de tonnes (équivalent pied coupé) soit environ 2,3 milliards d'euros, et elle emploie 20 200 personnes. Cette production, présentée dans les 28 pays de l'Union européenne, est destinée à hauteur de 65 % au marché du frais, et de 35 % à l'industrie.

En termes de marché, ces volumes génèrent un chiffre d'affaires global de 3,4 milliards d'euros.

En Europe, 401 500 tonnes de champignon sont destinées à la transformation. La France fait partie des quatre pays européens ayant une activité industrielle dominante, avec les Pays-Bas, la Pologne et l'Espagne. La transformation représente 47 % des volumes produits pour ces quatre pays, et 60 % des volumes produits pour l'ensemble France, Pays-Bas et Espagne.

La Pologne, premier producteur européen de champignon, est également devenue le second pays transformateur. Elle renforce sa position dans la transformation et a presque doublé sa production pour l'industrie entre 2011 et 2013.

Nous assistons en France à une triple tendance : tout d'abord, à l'effondrement du volume transformé, ensuite à la dégradation du rang du pays qui passe en troisième position voire prochainement en quatrième, et enfin à un rééquilibrage entre le champignon frais destiné au marché du frais et celui destiné à la transformation.

Le marché européen du champignon de couche frais, qui représente 744 000 tonnes en 2014, est approvisionné par tous les pays européens. Cependant, cinq d'entre eux représentent près de 70 % des volumes produits en Europe, à savoir la Pologne (31 %), les Pays-Bas (14 %), l'Irlande (9 %), l'Allemagne (8 %) et l'Italie (7 %). Pour quatre de ces pays, le champignon frais représente plus de 70 % des volumes de production nationale : la Pologne (73 % de sa production), l'Irlande (97 % de sa production), l'Allemagne (88 % de sa production) et l'Italie (87 % de sa production).

La production de champignon agaricus destinée au marché du frais, qui avait diminué en 2012 après une forte augmentation en 2011, est à nouveau en augmentation pour 2014, avec 744 000 tonnes produites. Cependant la hausse de 2014 est en grande partie due à l'augmentation de la production polonaise. Il s'agit d'une augmentation de 30 000 tonnes pour la Pologne, destinés au marché russe. Suite à l'embargo russe depuis août 2014, la Pologne a diminué sa production de champignon frais. Les déclarations provisoires de production 2015 reflètent cette situation et une baisse de la production est prévue pour 2015. Les échanges intra et extra-communautaires relatifs au champignon frais (agaricus, chanterelles, cèpes et autres champignons) sont essentiellement liés à l'évolution des flux du champignon de couche (agaricus), qui représentent plus de 90 % des échanges au total. L'Union européenne a exporté en 2014 (intra et extra-communautaire) 432 659 tonnes de champignons frais (agaricus, autres champignons cultivés et champignons sylvestres), dont 18 % à destination de pays tiers. Plus de 86 % de ces exportations sont des agaricus. En 2014, l'Europe a commercialisé 420 794 tonnes de champignons en conserve (intra et extracommunautaire), dont 17 % à destination de pays tiers. 93 % des champignons en conserve exportés sont des agaricus.

Les exportations européennes de champignon surgelé s'élèvent à 132 114 tonnes et concernent principalement l'agaricus (97 070 tonnes, soit 73 %). 28 % de ces exportations sont à destination des pays tiers.

Diffusion

La présentation économique de la filière Champignon de couche en Europe est diffusée auprès des membres de l'ANICC, des centres de documentation, de la presse professionnelle et des membres du Conseil spécialisé FranceAgriMer.

Utilisation

Cette étude constitue un outil d'aide à la décision stratégique pour la filière française, mais aussi un support technique dans le cadre des négociations internationales, et pour apporter aux autorités compétentes les éléments essentiels à l'analyse et à la décision dans des dossiers comme l'embargo russe d'août 2014.

Les résultats permettront à la filière de suivre chaque année les principales données du secteur du champignon de couche pour chacun des marchés frais et transformé (production, flux intra et extra-communautaires, coût de production et de transformation, etc.) par analyse comparative

Les données seront utilisées par les services de FranceAgriMer selon les besoins, que ce soit pour des études économiques, des notes sur la filière, des analyses de marché, des bilans de campagne ou des présentations au Conseil spécialisé.



Etude commission F&L transformés

Réalisation d'un observatoire économique des fruits et légumes transformés en France

Financée par FranceAgriMer et l'ANIFELT

Objectifs de l'étude

L'objectif est de mettre à la disposition des acteurs économiques et institutionnels les informations statistiques traitées et synthétisées de l'ensemble des secteurs des fruits et légumes transformés de l'ANIFELT (légumes transformés, champignons de couche, tomates d'industrie, pruneaux, bigarreaux) afin d'organiser les débats sur les orientations stratégiques des entreprises de production et de transformation de la filière.

Méthodologie

La méthode utilisée consiste à regrouper l'ensemble des données 2014 dans le but de les mettre à disposition des Pouvoirs Publics et des professionnels :

- Collecte, traitement et analyse statistique ;
- Mise en forme et tri des données ;
- Duplication et publication des chiffres clés ;
- Diffusion des résultats.

Résultats

La synthèse des chiffres essentiels des fruits et légumes transformés en 2014 aboutit au tableau suivant :

Filières	Surfaces en ha	Produits frais destinés à l'industrie (tonnes)	Fabrications
Légumes (hors maïs)	69 500	915 000	Appertisation : 646 000 tonnes ½ brut
			Surgélation : 355 000 tonnes net
Champignons de couche		74 000	Appertisation : 79 000 tonnes ½ brut
			Surgélation : 14 000 tonnes net
Tomates	2 387	180 000	Concentré (28%) : 24 000 tonnes net
			Appertisation : 5 000 tonnes net
			Jus et basses concentration : 21 000 t
Prunes d'Ente et Pruneaux	12 000 ha	35 000	43 000 tonnes (réhydratation)
	9 000 ha en production		
Bigarreaux	994	8 100	Bigarreaux au sirop : 500 tonnes ½ brut Cerises confites : 6 500 tonnes

Diffusion

La présentation de l'évolution synthétique des productions de fruits et légumes transformés est diffusée auprès des professionnels des filières, des centres de documentation, de la presse professionnelle, des membres du Conseil spécialisé de FranceAgriMer.

Utilisation

Les données sont utilisées par les services de FranceAgriMer selon les besoins, que ce soit pour des études économiques, des notes sur la filière, des analyses de marché, des bilans de campagne ou des présentations au conseil spécialisé.

Les professionnels utilisent les données afin d'orienter et de débattre de leur stratégie de filière.

Etude commission F&L transformés

Etude relative à l'analyse économique et prospective de la filière Pruneau - Campagne 2014-2015

Financée par FranceAgriMer et le BIP

Contexte

Avec près de 1 300 exploitations agricoles pour 14 000 hectares, la filière française du pruneau a un potentiel de production relativement stable à 45 000 tonnes pour une commercialisation annuelle moyenne de 40 000 tonnes. Les autres pays producteurs lui sont concurrentiels tant sur les coûts de revient que sur ses marchés exports. Les disponibilités mondiales fluctuent et influencent fortement la gestion de la filière française.

Les dispositifs d'aides publiques viennent d'être réformés et donnent une visibilité à la filière à moyen terme. Afin de maintenir ses volumes et de dégager de la valeur ajoutée, il est impératif que la filière gagne en compétitivité. C'est pourquoi, elle s'est lancée dans un ambitieux Plan de Reconquête de la Compétitivité. Pour atteindre ses objectifs, elle se doit d'être en permanence informée des évolutions économiques conjoncturelles.

Objectifs de l'étude

Pour la filière française, l'objectif de l'étude est de mettre en lumière les événements marquants de la campagne écoulée, de les analyser, de les replacer dans le contexte international et d'anticiper les opportunités et les menaces liées à la conjoncture. L'étude économique de la filière pruneau regroupera des analyses sur la production, les échanges commerciaux et la concurrence. Des tableaux et graphiques compléteront ces analyses

Méthodologie

- Recherche et collecte des données :
 - Collecte de données auprès des transformateurs, des O.P. et des producteurs pour la filière française ;
 - Abonnements statistiques : Douanes françaises, chiliennes, argentines, EUROSTAT, site U.S., Foodnews, Agreste, BUSINESSFRANCE, etc. ;
 - Réalisation d'études spécifiques : étude du linéaire Fruits séchés au sein des GMS, panel consommateurs, etc.
- Traitement des données et analyse

Résultats

Production française 2014 :

La récolte s'est déroulée en un mois, du 10 août au 10 septembre. Avec une semaine d'avance, elle a été un peu plus précoce que d'ordinaire. Elle s'est globalement bien passée par rapport à celle de 2013 qui avait eu lieu sous la pluie. Elle est de bonne qualité gustative

avec des fruits de gros calibres et un taux de sucre très satisfaisant. Quantitativement, ce sont 35 672 tonnes qui ont été récoltées et livrées par les producteurs aux transformateurs. Le stock physique au 1er septembre 2014 est limité à 15 700 tonnes. En début de campagne 2014/2015, le disponible en pruneaux français (récolte + stock) est faible et peine à parvenir à 51 400 tonnes converties à 23 % maximum d'humidité.

Commercialisation de la filière française :

En 2014/2015, l'activité commerciale est pour la deuxième année consécutive pénalisée par une offre française déficitaire par rapport à la demande potentielle des marchés. Les ventes totalisent 40 300 tonnes de produits finis contre 43 300 l'année précédente (- 3 000 tonnes en une année) et 46 300 deux campagnes plus tôt (- 6 000 tonnes en deux années).

Sur le marché français : rebond des ventes

En 2014/2015, le marché français représente 71 % des ventes totales (62 % en 2013/2014). La production française contribue à hauteur de 93 % à la consommation apparente française de pruneaux. Au total, 28 600 tonnes de produits finis ont été commercialisées en France par la filière. Les ventes rebondissent après une année 2014 marquée par un sérieux recul. Elles se situent toutefois au-dessous du seuil des 29 000 tonnes systématiquement atteint lors des campagnes antérieures. La reprise se solde par 2 000 tonnes supplémentaires vendues en une année. Une proportion significative de ce profit c'est-à-dire 780 tonnes a été alimentée par des pruneaux d'importation. L'augmentation globale des ventes touche la distribution des pruneaux en condition naturelle, réhydratés avec noyau et plus encore des spécialités sous l'effet des jus et concentrés. La mise sur le marché des pruneaux réhydratés sans noyau est stable à 8 850 tonnes.

La consommation apparente des ménages français est approximativement de 450 gr/hab./an. La France garde un niveau élevé de consommation et se positionne depuis toujours comme le premier pays consommateur de l'Union européenne.

A l'exportation : dégradation des expéditions en volume et renforcement des prix

L'offre des deux dernières campagnes est déficitaire. Il est difficile dans cette situation conjoncturelle d'approvisionner tous les marchés développés ces dernières années. Les volumes exportés en 2014/2015 sont logiquement en repli : 11 700 tonnes de produits finis contre 16 700 tonnes en 2013/2014, soit une baisse de 5 000 tonnes, - 30 %.

Sur la même période, la valorisation des exportations françaises de pruneaux hors spécialités s'est améliorée. Le prix moyen augmente de 28 % en passant à 3,31 €/kg en 2014/2015.

L'Union européenne représente 68 % des exportations 2014/2015 de la filière. Le B.I.P. soutient le marché communautaire par des campagnes de communication en Allemagne et en Italie. Ces deux destinations résistent en 2014/2015 avec environ 800 tonnes de pruneaux hors spécialités expédiées vers l'Allemagne et plus de 1 300 tonnes vers l'Italie. Les exportations vers les pays tiers flanchent durement : 3 800 tonnes de pruneaux exportées en 2014/2015 contre 7 400 tonnes en 2013/2014, soit - 49 %. L'Algérie reste le premier pays tiers importateur de pruneaux français (69 % des exportations vers les pays tiers). L'offre insuffisante en 2014, tout comme en 2013, engendre un nouveau et important recul des expéditions françaises.

Commercialisation et concurrence internationale

Le manque de disponibilités françaises s'installe pour la 3ème année consécutive. Il traduit les impacts sur le potentiel de production des récentes évolutions de la PAC et de la mise en oeuvre du Plan de Reconquête de la Compétitivité. D'un autre côté, il dessert pour le moment les ambitions commerciales des transformateurs. La filière française met à profit cette période pour anticiper la relance commerciale à travers la prise en compte positive des exigences réglementaires, sociales, économiques et environnementales du marché mondial, l'amélioration de la compétitivité et des exigences qualitatives de l'I.G.P. Pruneau d'Agen.

Diffusion

La présentation économique de la filière pruneau est diffusée auprès des membres du BIP, des centres de documentation, de la presse professionnelle et des membres du Conseil spécialisé de FranceAgriMer.

L'analyse des données a permis de rédiger des documents et des articles disponibles pour les acteurs de la filière.

Utilisation

Les données sont utilisées par les services du BIP et de FranceAgriMer selon les besoins, que ce soit pour des études économiques, des notes sur la filière, des analyses de marché, des bilans de campagne ou des présentations au conseil spécialisé.

Les professionnels de la filière pruneau utilisent les données afin d'orienter leur stratégie de filière.

Etude commission F&L transformés

Observatoire 2014 /2015 des coûts de production du pruneau

Financée par FranceAgriMer et le BIP

Contexte

Le Bureau .Interprofessionnel du.Pruneau. est en charge des missions réalisées préalablement par l'A.O.P. nationale et notamment le suivi et l'analyse des coûts de production

La réforme des dispositifs d'aides publiques donnent une visibilité à la filière à moyen terme. Afin de maintenir ses volumes et de dégager de la valeur ajoutée, la filière française s'est engagée dans un Plan de Reconquête de la Compétitivité, notamment sur l'amont. Elle est soutenue dans cette démarche par les pouvoirs publics.

Objectifs de l'étude

La maîtrise de la conjoncture économique du pruneau est indispensable à la gestion de la filière française du pruneau (mission interprofessionnelle – Art. L632-1 du Code Rural), à la transparence des résultats économiques vis-à-vis des acteurs et à la prise de décisions des représentants des producteurs et des transformateurs :

- Développement du Plan de Reconquête de la Compétitivité ;
- Maîtrise du verger et du potentiel de production ;
- Gestion des coûts de production et recherche de compétitivité ;
- Gestion des disponibilités françaises par rapport aux perspectives commerciales des entreprises.

La maîtrise de la conjoncture économique du pruneau permet également au BIP de répondre à sa mission auprès des services de l'Etat.

L'étude des coûts de production analyse les résultats suivants : les données par hectare ; les données par tonne de pruneaux ; les charges ; l'évolution et la comparaison des données ; la main d'œuvre ; le coût de la récolte ; le coût du séchage ; etc. Elle permet de dégager des résultats par modèle cultural : vergers en axe vs en gobelet, haie fruitière, conventionnel vs bio, etc.

Méthodologie

- Collecte de données auprès des Organisation de producteurs et des exploitations agricoles ;
- Observatoire des coûts de production (résultats technico-économiques du pruneau obtenus en collaboration avec le CERFRANCE).

Résultats

La récolte plus précoce que d'ordinaire, s'est déroulée dans de bonnes conditions du 10 juillet au 10 septembre 2014.

Au niveau technique, la campagne se traduit par une production de fruits à très gros calibres, fragilisés par une hygrométrie du 1er semestre plus importante que d'ordinaire. Par voie de conséquence les prunes ont été sensibles à l'éclatement et la pression sanitaire a été difficilement maîtrisable lors du séchage. Il en résulte des rendements en-dessous des résultats attendus et un taux de sucre plus faible, donnant lieu à un taux de conversion vert/sec élevé (3,5).

Une grosse consolation cependant avec la révision à la hausse du prix de vente de la tonne de pruneaux, qui redonne du baume au cœur aux exploitants agricoles.

D'un point de vue économique, 2014 est la deuxième année de découplage total des aides/ha versées depuis 2008 pour chaque hectare de verger éligible, recensé par le BIP. Le DPU est désormais rattaché à l'exploitation et s'élève en moyenne par hectare en 2014 à 2 519 €.

Les chiffres à retenir en 2014 :

Résultats d'un échantillon constant de 40 exploitations agricoles	Spécialisées dans la production de prunes d'Ente (CA pruneau > 40 % du CA total)
Rendement total moyen par ha :	4, 5 tonnes
Prix unitaire moyen à la tonne :	1 820 €
Coût de production moyen à la tonne :	1 679 €
Dont frais de récolte :	64 €
Dont frais de séchage :	583 €
Résultat net moyen/ha (hors DPU) :	644 €
Droits à paiement unique (DPU) :	2 519 €
Résultat net moyen/ha (avec DPU) :	3 163 €

Diffusion

La présentation économique de la filière pruneau est diffusée auprès des membres du BIP, des centres de documentation, de la presse professionnelle et des membres du Conseil spécialisé de FranceAgriMer.

L'analyse des données a permis de rédiger des documents et des articles disponibles pour les acteurs de la filière.

Utilisation

Les données sont utilisées par les services du BIP et de FranceAgriMer selon les besoins, que ce soit pour des études économiques, des notes sur la filière, des analyses de marché, des bilans de campagne ou des présentations au conseil spécialisé.

Les professionnels de la filière pruneau utilisent les données afin d'orienter leur stratégie de filière.



Etude de la commission F&L transformés

Etat des lieux régional et national de la filière de légumes d'industrie

Financée par FranceAgriMer et le CENALDI

Contexte

La production de légumes d'industrie correspond à une diversification des exploitations de grandes cultures ou de polycultures élevages. Représentant moins de 100 000 ha et 5 000 producteurs en France, elle peine à être reconnue, alors qu'elle approvisionne des usines de transformation (conserves et surgelés) leader en Europe sur certains produits. D'autre part, les cultures légumières étant particulièrement sensibles aux aléas climatiques et sanitaires, l'augmentation des contraintes environnementales entraînent une diminution importante des moyens de production (irrigation, moyens de lutte contre les parasites, les maladies et les adventices, fertilisation). Les risques augmentent pour les producteurs, et certains commencent à se détourner des productions légumières au profit de productions moins exigeantes.

Objectifs

Il existe aujourd'hui un observatoire des exploitations légumières réalisé par FranceAgriMer, le CTIFL et Légumes de France. C'est un outil économique des exploitations à travers un « panel » et qui s'appuie sur des données comptables, extracomptables et financières. Le secteur des légumes d'industrie y est représenté partiellement et éclaté dans deux catégories distinctes : « producteurs légumiers de plein champs » et « producteurs de légumes mécanisés ».

En complément, cette étude plus exhaustive et plus qualitative en s'appuyant sur l'ensemble des producteurs de légumes d'industrie représentés par leurs OP au sein de l'AOP Cénaldi. Nous pouvons ainsi quantifier et qualifier la population des producteurs de légumes d'industrie et en tirer des pistes d'action pour pérenniser la production française.

L'étude doit aussi s'intéresser à la situation des industriels des légumes en conserve et surgelés, débouché unique des productions légumières.

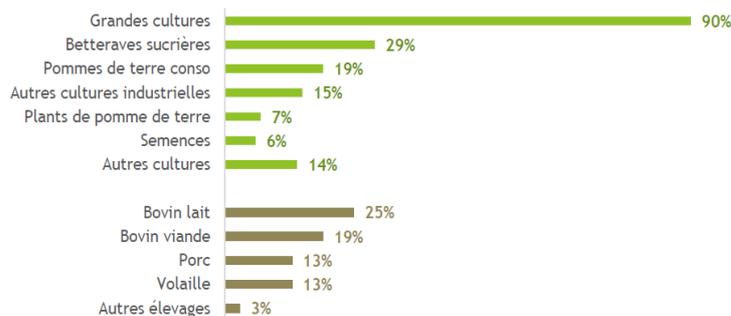
Disposer d'un document regroupant, par région de production :

- un état des lieux précis et détaillé des producteurs de légumes d'industrie : typologie, quantification, évolution ...
- une description et une explication du fonctionnement et de l'organisation de la filière
- une présentation des enjeux de la filière

Résultats

La quasi-totalité des exploitations productrices de légumes d'industrie cultivent des grandes cultures (céréales et/ou oléo-protéagineux). Plus de la moitié des exploitations productrices de légumes d'industrie comptent au moins un atelier d'élevage, l'élevage représentant l'activité principale de l'exploitation pour 72 % d'entre elles.

Part des exploitations en fonction de leurs ateliers de production



Les exploitations productrices sont de grandes exploitations, leur SAU est en moyenne de 130 ha

- 16 ha de légumes par exploitation
- 10 % de leur SAU consacrée aux légumes
- 2/3 des exploitations ne produisent qu'un légume chaque année
- Pratique de la double culture développée (surtout sur les haricots et les épinards)

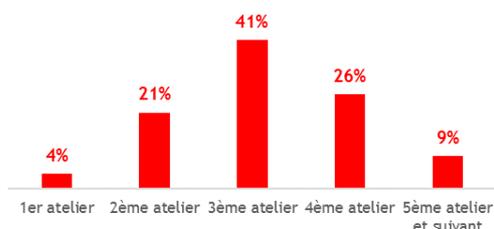
Surface moyenne de légume par exploitation



L'atelier légume d'industrie est placé au mieux en 3ème position pour plus des 2/3 des exploitations

- Grandes cultures : 1er atelier pour 34 % des exploitations et 2ème atelier pour 36 % des exploitations
- Bovins lait : 1er atelier pour 22 % des exploitations
- Légumes d'industrie : 2ème atelier pour 21 % des exploitations

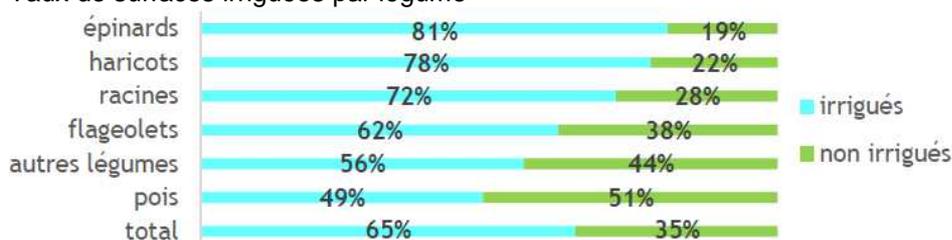
Place de l'atelier légumes d'industrie selon son importance économique dans l'exploitation



Si la quasi-totalité des exploitations du Sud-ouest cultive uniquement des pois et/ou des haricots, on observe davantage de diversité parmi les légumes cultivés dans les deux autres bassins de production (épinards, carottes, salsifis, choux, etc...).

65 % des surfaces de légumes sont irriguées.

Taux de surfaces irriguées par légume



La culture de légumes d'industrie demande une haute technicité. L'accompagnement des producteurs par les différents acteurs de la filière permet de répondre à cette exigence, mais un engagement complet de la part des producteurs est nécessaire. Le turnover des exploitations est faible : plus de 55% des exploitations produisent des légumes d'industrie depuis plus de 20 ans.

Les motivations et freins des exploitants sont identifiés :

- 76 % des exploitants classent le revenu en 1ère ou 2ème motivation
- Diversification : 74 %
- 4 freins majeurs : les risques sanitaires, la sensibilité aux risques climatiques, le revenu et les contraintes réglementaires

Les exploitations ou les entreprises de travaux agricoles intervenant dans les légumes sont surtout équipées en système de guidage qui permettent de réaliser des semis de précisions, optimiser la pulvérisation ou le désherbage mécanique.

Le désherbage mécanique est une pratique courante surtout en zone sableuse.

L'utilisation des produits de bio contrôle se développe mais reste limitée dans la mesure où peu de solutions ont été identifiées à ce jour pour les légumes d'industrie.

Diffusion

Dans un contexte de régionalisation des politiques agricoles, l'AOP Cénaldi, regroupant les OP de producteurs de légumes d'industrie, souhaite mettre à la disposition de ses membres ce travail pour leur permettre de mieux communiquer auprès de l'administration, des collectivités locales, des partenaires agricoles ..., pour faire connaître la filière et porter ses besoins et ses préoccupations.

Cette étude est diffusée :

- aux professionnels de la filière, aux membres du conseil d'administration de l'AOP Cénaldi et en réunions régionales (1 réunion par bassin de production, soit 4 réunions)
- sous forme d'articles, dans le magazine de l'interprofession : Unilet Infos et dans la presse agricole
- sous la forme d'un rapport national et de rapport régionaux pour diffusion auprès des administrations et des partenaires nationaux et locaux

Utilisation

Les données sont utilisées par le CENALDI et les services de FranceAgriMer selon les besoins, que ce soit pour des études économiques, des notes sur la filière, des analyses de marché, des bilans de campagne ou des présentations au conseil spécialisé.



Etude commission F&L transformés

Connaissance statistique, analyse économique et prospective de la filière de la tomate destinée à la transformation

Etude financée par la SONITO et FranceAgriMer

Contexte

Le maintien et le développement de la filière nationale de la tomate destinée à la transformation, avec tous les enjeux agro-industriels et sociaux qu'elle comporte nécessite de mettre en œuvre des outils de connaissance, d'analyse et de suivi concurrentiel de la production, de la transformation et de la consommation de la tomate d'industrie en Europe et dans le monde.

La production nationale est maintenant stabilisée aux environs des 200 000 tonnes. La campagne de commercialisation de la production mondiale 2013 a inévitablement entraîné un relèvement des cours mondiaux. Il est très important de surveiller et d'analyser la situation mondiale et européenne qui découlera de la campagne 2014, qui devrait en principe confirmer ce redressement des cours. Dans ce contexte l'environnement européen et international va être déterminant car cette production est depuis de nombreuses années intégralement mondialisée.

Objectifs de l'étude

Il est important de mettre à la disposition de l'ensemble des professionnels et acteurs de la filière mais aussi de tous les décideurs privés et publiques l'éventail le plus large des données économiques

- ⇒ Connaissance des volumes mondiaux européens nationaux
- ⇒ Echanges, consommation des produits dérivés
- ⇒ Connaissance des filières productrices européennes et mondiales

Méthodologie

L'étude porte sur les données statistiques de l'année 2014

- ⇒ Collecte statistique, mise à jour, abonnements ;
- ⇒ Suivi de la production mondiale européenne et nationale ;
- ⇒ Suivi annuel des échanges internationaux de concentré et de produits dérivés de la tomate ;
- ⇒ Informations sur les pays tiers au moyen des renseignements fournis le cas échéant par les conseillers commerciaux des Ambassades de France à l'étranger ou par les publications disponibles.

Résultats

Les intentions de transformation, en hausse dans la plupart des régions, ont donné lieu à une performance globale en nette amélioration par rapport à 2013.

Au final, un peu plus de 24 millions de tonnes ont été transformées en dehors de l'AMITOM (Association Méditerranéenne internationale de la Tomate), dont 13,6 millions mT (tonnes métriques) dans les pays de l'ALENA (Accord de libre-échange nord-américain), 6,35 en Chine et au Japon, et 3,79 dans les pays de l'hémisphère sud.

En France, la prépondérance de la région Sud-est, plus marquée en 2013 que lors des campagnes précédentes, a laissé la place en 2014 à un équilibre plus habituel entre les deux régions, PACA et Aquitaine, qui ont respectivement assuré 68 % et 32 % de la transformation totale (174 000 tonnes nettes).

Echanges mondiaux : exportations

Tableau des exportations (produits finis) des principaux pays exportateurs de dérivés de tomate, classés par ordre d'importance du total des quantités exportées (tous produits confondus)

Exportations 2014 de dérivés de tomates : Top 25 des pays exportateurs			
tonnes	Concentrés	Conserves	Sauces, ketchup
Chine	871 936	4 345	45 367
États-Unis	525 388	69 860	319 630
Italie	651 402	1 184 719	97 817
Espagne	239 099	161 284	68 625
Portugal	220 311	22 588	29 246
Turquie	140 798	15 621	26 249
Pays-Bas	11 279	6 329	236 936
Iran Rép. Islam.	119 317	32	1 219
Chili	101 058	0	4 072
Grèce	53 936	41 679	2 281
Allemagne	19 365	6 638	65 177
Ukraine	23 177	1 812	13 517
Belgique	6 185	2 584	51 511
Pologne	4 516	2 539	36 117
France	18 870	4 773	6 300
Pérou	19 653	0	111
Egypte	6 371	497	24 757
Mexique	4 987	12 080	17 032
Costa Rica	4 704	0	18 157
Tchèque Rép.	1 883	1 371	20 567
Nigéria	11 327	0	0
Nouvelle-Zélande	1 318	727	19 702
Canada	803	5 640	17 230
Russie	2 022	173	16 499
Afrique du Sud	942	901	14 974
SsTotal Top 25	3 060 647	1 546 192	1 153 093
autres	43 605	19 643	103 878
Total	3 104 252	1 565 835	1 256 971

Pays classés par ordre décroissant du total des exportations (exprimé en équivalent matière première)

Quatre pays se sont partagés, en 2014, les trois quarts de l'approvisionnement mondial de **concentré**, dont les deux premiers, Chine et Italie, ont drainé la moitié, avec respectivement 29 % (872 000 tonnes métriques) et 21 % (651 000 tonnes métriques) des quantités exportées ; les USA (principalement la Californie, avec 17 % du total) et l'Espagne (8 %) ont exporté ensemble 764 000 tonnes métriques.

L'Italie avec 77 % des volumes exportés de **conserves** (1,2 million de tonnes métriques) est leader sur ce secteur devant l'Espagne 11 %.

En dépit d'une élévation sensible de la demande, le marché 2014 **des sauces et ketchup** n'a pas enregistré de variations décisives de la distribution par rapport aux années précédentes, les principaux exportateurs sont les USA (29 %) et les Pays-Bas (21 %).

Les **exportations françaises de concentrés** en 2014 (18 870 tonnes) ont placé le pays, comme lors des deux exercices précédents, au 13ème rang mondial des pays exportateurs (0,6 % des échanges globaux); ces quantités ont confirmé le regain de l'activité extérieure française, qui avait déjà augmenté de manière sensible en 2013 et a progressé encore de plus de 18 % en 2014.

Après une lente progression qui a amené **les expéditions françaises de conserve** (tomates entières pelées) à leur maximum en 2011 (9 100 tonnes), les ventes extérieures du

secteur ont enregistré plusieurs replis consécutifs, dont le dernier, en 2014, a laissé l'activité aux alentours de 4 800 tonnes. Le tassement se traduit par une diminution sensible (-15 %) du chiffre d'affaires du secteur, qui s'établit à 16,2 millions d'euros..

Les résultats de 2014 ont placé la France au 10ème rang mondial des pays exportateurs de conserves, avec 0,3 % des quantités échangées à l'échelle mondiale (1,57 millions de tonnes).

Les **expéditions de sauces et ketchup** ont enregistré une nouvelle baisse en 2014, qui relègue la France au 25ème rang des pays exportateurs du secteur mais le raffermissement des cours mondiaux des dérivés de tomate a permis à la France d'augmenter la valeur de ses exportations, qui a progressé de près de 8 % à plus de 11,3 millions d'euros

Au total, l'activité exportatrice française a concerné près de 140 000 tonnes de matière première en 2014 (contre 120 000 tonnes en 2013), soit l'équivalent de 80 % environ des quantités transformées, et rapporté 61,8 millions de dollar US (environ 46,5 millions d'euros).

Echanges mondiaux : importations

En 2014, les principaux marchés pour les dérivés de tomate ont une nouvelle fois été européens, avec l'Allemagne, le Royaume-Uni et la France, aux trois premiers rangs mondiaux.

Assez loin derrière ce premier pôle d'importation constitué par l'Europe à 28 quatre régions ont affiché en 2014 des flux entrants supérieurs (voire très supérieurs) à 1 million de tonnes métriques : en premier lieu, les pays d'Extrême Orient (Japon, Corée, Philippines, etc.).

La France, le Royaume Uni, l'Allemagne, les Pays-Bas et la Belgique ont été en 2014 les cinq principaux pays importateurs européens de sauces & ketchup et ont figuré au Top 10 mondial du secteur.

Comme dans le cas des conserves de tomate, la majeure partie des produits importés par les pays de l'UE a été originaire des pays transformateurs de l'UE, notamment d'Italie, des Pays-Bas et d'Espagne.

En 2014, **la France** s'est classée une nouvelle fois au troisième rang mondial des pays importateurs de produits de tomate (4ème rang en 2011, 3ème rang en 2013, 2012, 2010 et 2009), avec un équivalent matière première total importé de 1,24 million de tonnes, en hausse de 3 % par rapport à 2013.

Tableau des importations (produits finis) des principaux pays importateurs de dérivés de tomate, classés par ordre d'importance du total des quantités importées (tous produits confondus,

Importations 2014 de dérivés de tomates : Top 25 des pays importateurs			
tonnes	Concentrés	Conserves	Sauces, ketchup
Allemagne	221 167	228 010	109 220
Royaume-Uni	153 224	295 003	147 955
France	101 136	114 788	164 976
Russie	165 641	20 648	23 134
Nigéria	175 278	0	0
Italie	147 982	29 593	19 438
Japon	136 100	98 405	6 748
Canada	58 071	55 984	164 507
Pays-Bas	104 985	48 869	32 410
Belgique	52 643	75 679	24 602
Mexique	54 498	8 655	36 234
Pologne	61 444	17 763	4 611
Australie	32 202	64 602	25 108
Espagne	44 236	12 640	18 696
Algérie	46 321	132	815
Corée du Sud	32 490	13 612	8 120
Suède	23 256	35 353	16 383
Autriche	25 819	17 206	14 633
Suisse	23 508	20 753	17 492
Philippines	27 506	2 669	5 656
États-Unis	10 798	16 105	36 121
Afrique du Sud	25 952	11 514	2 734
Brésil	24 775	12 235	3 453
Roumanie	20 865	9 983	6 458
Argentine	24 103	2 872	1 295
SsTotal Top 25	1 794 000	1 213 073	890 799
autres	399 440	172 621	230 081
Total	2 193 440	1 385 694	1 120 881

Pays classés par ordre décroissant du total des importations (exprimé en équivalent matière première)

L'année 2014 semble avoir définitivement tourné la page du regain entrevu entre 2009 et 2013, période durant laquelle le déficit de la balance « dérivés de tomate » avait nettement reculé, aux alentours de 1,02 million de tonnes ; les hausses des importations enregistrées sur les différents secteurs en 2014 – non compensées par des améliorations des exportations – ont conduit à un creusement du déficit, qui a atteint 1,095 million de tonnes (équivalent frais).

Consommation mondiale en 2014

Avec 5,4 kg/personne, la consommation individuelle est supérieure à celle de la période 2011-2013, mais reste en-deçà des meilleurs niveaux atteints entre 2008 et 2010 (5,7 kg/personne/an). Les niveaux de consommation ont enregistré une nette reprise en 2014. Qu'il s'agisse de consommation globale ou individuelle, les progressions sont nettes et l'amélioration de la performance par rapport aux trois années marque clairement une rupture de tendance dans la progression des indicateurs globaux (1,7 million de tonnes métriques, soit 4,8%, de plus que sur la période 2011-2013) et individuels (2,4%).

Diffusion

La présentation économique de la filière tomate destinée à la transformation est diffusée auprès des membres de la SONITO, des centres de documentation, de la presse professionnelle et des membres du Conseil spécialisé de FranceAgriMer.

Utilisation

Les données sont utilisées par la SONITO et les services de FranceAgriMer selon les besoins, que ce soit pour des études économiques, des notes sur la filière, des analyses de marché, des bilans de campagne ou des présentations au conseil spécialisé. Les professionnels de la filière tomate destinée à la transformation utilisent les données afin de connaître les évolutions de leur secteur et d'orienter leur stratégie de filière.

Etude commission F&L transformés

Le marché mondial haricots verts en conserve et surgelés, pois en conserve et surgelés, épinards surgelés

Financée par FranceAgriMer et l'UNILET

Contexte

La filière française du légume d'industrie fabrique deux principaux légumes en conserve : les petits pois et les haricots verts ; et trois en surgelé : les haricots verts, les petits pois et les épinards.

La France était en 2012, le second exportateur mondial en haricots (gousse) comme en pois (sur les 2 technologies dominantes : conserve et surgelé). Elle occupait la troisième place en épinards surgelés. La compétitivité internationale de la filière française sur ses produits leaders et le développement des nouveaux concurrents (Asie, Afrique) est essentielle pour les opérateurs : producteurs et industriels.

Objectifs de l'étude

Cette étude a pour objectif d'étudier la position d'exportateur de la France et de ses concurrents dans un contexte de développement des échanges internationaux.

Méthodes

Collecte des données (production, transformation, échanges) auprès de diverses sources (statistiques professionnelles et publiques), et dans le cadre des échanges sur la base de la nomenclature douanière internationale.

Résultats :

Pois

En volume, l'Europe est de loin la première zone d'échanges mais ce sont des pays plus lointains qui créent les principales évolutions. Ainsi, en pois de conserve, le dynamisme du marché, puis les fortes baisses s'expliquent surtout par la diminution des achats de la Russie et ses pays voisins. Cette évolution doit être analysée au regard du développement de productions locales. En pois surgelés, les volumes échangés en 2014 sont à un niveau inférieur à celui de 2008. Néanmoins, au sein des zones (Europe, Amérique, Asie Pacifique), les positions des intervenants évoluent vite, en quelques années une position mondiale peut être remise en question.

En surgelé comme en conserve, en volume et en valeur, les échanges mondiaux de petits pois ont progressé continuellement jusqu'en 2008. Pendant 3 ans, les échanges ont marqué le pas à un niveau de l'ordre de 500 millions d'euros. Depuis 2012, le marché s'est revalorisé à plus de 600 millions d'euros grâce à la forte progression des échanges de pois surgelés qui ont augmenté de 27,5% depuis 2008.

Haricots verts

En conserve, le marché mondial du haricot vert reste très centré sur l'Europe, environ les trois quarts des volumes échangés, avec un commerce croisé entre les principaux intervenants. Les autres parties du monde interviennent quant à elles de façon unilatérale : exportations de l'Asie depuis la Chine, d'Afrique depuis le Kenya, Madagascar ; importations des Etats-Unis.

Le marché du haricot vert surgelé est plus international, avec une demande répartie dans l'ensemble des grands pays développés. L'Europe est la principale zone d'échanges (2/3 des volumes) et ses exportations sont nettement supérieures à ses importations. En fournissant plus d'un tiers des volumes échangés, la Belgique reste de loin le premier exportateur mondial.

Les échanges internationaux de haricots verts en conserve et surgelés, ont fortement augmenté. En valeur, le marché mondial a progressé de l'ordre de 40% en 10 ans.

Epinards

Le commerce international des épinards surgelés est en nette progression. Sur les 10 dernières années, il a augmenté de 87% en volume et doublé en valeur. Cette croissance des volumes échangés n'a pas entraîné de profondes évolutions des pays opérant sur ce marché. 60% des volumes d'épinards surgelés sont fournis par 2 pays : la Belgique et la Chine. 40% des volumes d'épinards sont importés par 3 pays : l'Allemagne, le Japon, les Etats Unis.

En volume, l'Europe représente près de 60 % des importations et 66 % des exportations, c'est la première zone d'échanges. Les prix se sont revalorisés de l'ordre de 10 % depuis 2006.

Diffusion

Les résultats de cette étude, présentée à la commission études et au Conseil d'administration de l'Unilet, sont diffusés à l'ensemble des opérateurs de la filière légumes (stade production et stade transformation) et aux membres du Conseil spécialisées de FranceAgriMer.

Utilisation

Les données sont utilisées par l'UNILET et les services de FranceAgriMer selon les besoins, que ce soit pour des études économiques, des notes sur la filière, des analyses de marché, des bilans de campagne ou des présentations au conseil spécialisé.

Etude commission F&L transformés

Les légumes transformés en Restauration Hors foyer

Réalisée par le cabinet Gira food service
Financée par FranceAgriMer et l'UNILET

Contexte

Le marché de la restauration est un débouché essentiel pour la filière française du légume d'industrie car elle a représenté en 2014 49% des volumes consommés en surgelé et 16% en conserve.

En 2014, la fréquentation de la restauration a de nouveau connu une perte de 30 millions de repas servis. Le nombre de repas servis est le plus faible depuis 2007. Cette dégradation ne s'est encore concentrée sur les restaurants commerciaux alors que la fréquentation de la restauration collective est stable.

En 2014, sur ce marché en retrait significatif, les achats de légumes surgelés sont stables alors que le recul des utilisations observé dans le passé se confirme pour les légumes en conserve.

Objectifs

L'objectif de cette étude que est de mettre à la disposition de l'ensemble des professionnels des données quantitatives sur les achats de légumes en conserves et surgelés par les secteurs de la restauration collective et commerciale en France en fonction :

- ✓ des différentes familles de légumes transformés ;
- ✓ des différents modes de présentation des légumes transformés : conserves en boîtes, surgelés ;
- ✓ des différents segments constitutifs de l'univers de la restauration.

Méthodologie

- ⇒ Enquêtes auprès d'établissements de la restauration commerciale et collective (échantillon représentatif de 13 700 établissements),
- ⇒ Enquêtes de 10 agents de la distribution auprès de la restauration,
- ⇒ Restitution des données quantifiées selon 11 variables sur 99 produits.

Résultats

Les achats de légumes transformés en restauration pour l'année 2015 s'établissent à 476 mios € HT, en recul de -0,4 % par rapport à 2014.

74 % des débouchés en valeur des légumes transformés sont concentrés en collectivités (stable par rapport à 2014), seul ce marché est resté positif (+0,3 %), le marché de la restauration commerciale étant toujours orienté à la baisse (-2,2 %).

La restauration indépendante représente 6 5% des débouchés des légumes transformés contre 35 % pour les groupes de restauration (niveau stabilisé depuis 2013)

Les mono-légumes restent le premier marché des légumes transformés avec plus de 65 % des achats en valeur.

Les volumes du marché

Ce marché de 378 400 tonnes est en légère baisse (-0,2 % par rapport à 2014) dont :

- 258 900 tonnes de légumes surgelés en 2015 (+0,8 % vs 2014) soit une bonne résistance du marché face à la contraction de l'activité restauration.

- 119 500 tonnes ½ brut de légumes en conserve, en baisse de 2,2 % entre 2014 et 2015 (-2 700 t ½ b). On peut cependant noter un ralentissement de la dégradation du marché (- 5 400 t ½ b sur la période précédente). La baisse des achats de légumes en conserve est due à un effritement du nombre d'établissements acheteurs et à une réduction des taux d'incorporation des légumes en conserve dans la préparation des repas (-1,7 %). Le marché est soutenu uniquement par les légumes surgelés : 258 900 tonnes de légumes surgelés en 2015 en hausse (+0,8 %) par rapport à 2014.

Les volumes par catégorie

Toutes les catégories de légumes en conserves reculent, à l'exception des légumes secs (+2,6 %) et des carottes râpées (+ 1,8 %). Pour les légumes surgelés, les légumes mélangés progressent davantage que les mono-légumes et les purées.

Le marché des légumes surgelés bio affiche une reprise de croissance en volume (+10 %), soutenue par les mono-légumes. Ce marché a gagné 710 tonnes en 1 an pour atteindre plus de 8000 tonnes en 2015.

Au final, ce marché est en retrait mais sur un niveau très limité (-0,2% en volume et -0,4% en valeur). On constate une progression des légumes surgelés avec des prix orientés à la baisse, un recul continu, mais moins marqué des légumes en conserve, une plus grande stabilité des prix moyens et une croissance des légumes surgelés bio qui retrouvent une dynamique plus soutenue.

Diffusion

Les résultats de cette étude (seul outil quantitatif global à disposition), présentés à la commission études et au Conseil d'administration de l'UNILET, serviront à la publication du bilan économique (tirage à 6000 exemplaires). Les résultats sont diffusés aux membres du Conseil spécialisé de FranceAgriMer.

Utilisation

Les données sont utilisées par l'UNILET et par la filière pour piloter leurs actions commerciales sur leurs marchés respectifs.

Les données sont également utilisées :

- par l'interprofession, pour déterminer la consommation française annuelle et mesurer ses évolutions, pour évaluer les actions de communication collective,
- par les services de FranceAgriMer selon les besoins, que ce soit pour des études économiques, des notes sur la filière, des analyses de marché, des bilans de campagne ou des présentations au Conseil spécialisé.

Etude de la commission F&L transformés

Circuit « Drive » : clefs d'entrée et potentialité pour la conserve

Financée par FranceAgriMer et l'UPPIA

Contexte

La distribution s'affiche en pleine mutation, et ce, depuis quelques années. Ainsi, le schéma classique, que sont les supers et hypermarchés, les grands formats de magasins, le développement des points de vente de proximité ... s'en voit-il modifié. Le numérique est passé par là ! Engendrant le développement du commerce « on line », qui porte dans un premier temps sur du non alimentaire. Mais le rayon Food n'y échappe pas, notamment avec l'évolution du Drive.

Drive qui revêt des physionomies et des fonctionnements différents selon les enseignes ; les précurseurs du Drive semblant bénéficier de leur rôle de locomotive avec plus de succès que les nouveaux entrants. Force est de constater qu'actuellement, le Drive privilégie les produits pondéreux et, sur de nombreuses références alimentaires, les MDD. Ce qui soulèvent des interrogations « quid des rayons/linéaire/produits à potentiel dans ce contexte ? » Par ailleurs, la Distribution envisagerait des réallocations physiques de certains rayons et des baisses de surfaces d'implantation de références alimentaires en magasins. Est-ce au profit du Drive ? Quelle(s) incidences et/ou opportunités pour la Conserve ?

Objectifs

Les objectifs de cette étude sont de définir les opportunités pour la conserve en Drive

- Quel est l'état des lieux du Drive aujourd'hui pour les produits alimentaires ?
- Quel positionnement et potentiel pour les Conserve en Drive ?
- Quid des linéaires Conserve les plus porteurs en Drive ?
- Quelle gamme / produits / assortiments ?
- Clefs d'entrée et opportunités pour établir un équilibre entre MDD et marques Nationales Conserve dans ce circuit ?
- Quelles démarches d'accompagnement pour accroître la présence des Conserve = stratégies d'implantation, actions de promotion.... ?
- Quel impact aurait un développement de la Conserve en Drive, sur le schéma classique (magasins) ?

Méthodologie

Cette étude a été réalisée en 3 étapes :

- 1 - Diagnostic qualitatif • Compréhension des arbitrages entre drive et magasin, identification des attentes
- 2 - Réflexion sur des pistes d'évolution • Bilan étude, définition des solutions à tester
- 3 - Phase de validation quantitative • Evaluation des solutions, catégories et enseignes

Résultats

A paraître au troisième trimestre 2016

Diffusion

Cette étude est diffusée aux professionnels de la filière Conserve. Une présentation est proposée aux membres du Conseil spécialisée F&L à l'occasion d'une matinée étude de FranceAgriMer.

Utilisation

Les données sont utilisées par l'UPPIA et les services de FranceAgriMer selon les besoins, que ce soit pour des études économiques, des notes sur la filière, des analyses de marché, des bilans de campagne ou des présentations au conseil spécialisé.

Etudes de la Commission
pommes de terre



Etude des tendances de marché au national et à l'export pour une meilleure orientation de l'offre française de pommes de terre

Contexte

Compte-tenu des évolutions tendanciennes de l'offre et de la demande, il existe aujourd'hui pour les producteurs de pomme de terre un risque structurel de surproduction en France. Or, l'UNPT et FranceAgriMer ont pour mission d'accompagner les producteurs pour assurer au mieux un débouché à leur production. Dans ce contexte, les deux organismes, souhaitent mieux identifier et évaluer les perspectives de la demande pour la filière française dans les 10 prochaines années.

Objectifs

L'objectif de cette étude est donc d'identifier et de quantifier le potentiel de débouché pour la filière pomme de terre française. Elle doit permettre de calibrer les potentiels dans chacun des secteurs mais également d'identifier les marchés possibles et pertinents pour la filière en France mais également d'évaluer les principaux dangers, menaces qui pourraient se présenter en face de ces nouveaux flux potentiels.

Méthodologie

L'étude comporte 2 étapes :

- dans un premier temps, à partir des données existantes sur le marché français et européen, et vis-à-vis des principaux concurrents de la France, l'étude vise à identifier et quantifier les différentes opportunités de marchés à court et moyen terme pour l'ensemble des secteurs de la pomme de terre (pomme de terre à l'état frais, produits transformés à base de pomme de terre). Pour cela, les principaux flux sur l'historique des dernières années sont caractérisés au niveau français, européens et des pays tiers. Les ruptures de tendance par rapport aux évolutions de la demande sont identifiées, les facteurs explicatifs et les indicateurs de ces évolutions sont recherchés. La qualification de ces évolutions s'appuie également sur une série d'entretien avec des acteurs du marché.
- Dans un deuxième temps, à partir de l'analyse de l'ensemble des éléments de la première partie, l'étude quantifie et qualifie la demande pour les 10 prochaines années. Pour dégager les perspectives des différents secteurs, elle s'appuie sur les résultats de la première partie et sur l'analyse plus pertinente d'un certain nombre d'indicateurs clés : offre, concurrence, démographie, alimentation, installation d'usines. Cela permet de construire des scénarios étayés sur l'évolution de la demande.

Résultats

A paraître au quatrième trimestre 2016

Diffusion

Cette étude sera diffusée aux professionnels de la filière pommes de terre et du Conseil Spécialisé Fruits et légumes et pommes de terre de FranceAgriMer. Une présentation est proposée à l'occasion d'une matinée étude de FranceAgriMer.

Utilisation

Cette étude doit permettre de trouver des pistes pour sécuriser et développer les débouchés et adapter la production française. L'UNPT souhaite mener des actions ciblées en conséquence.

