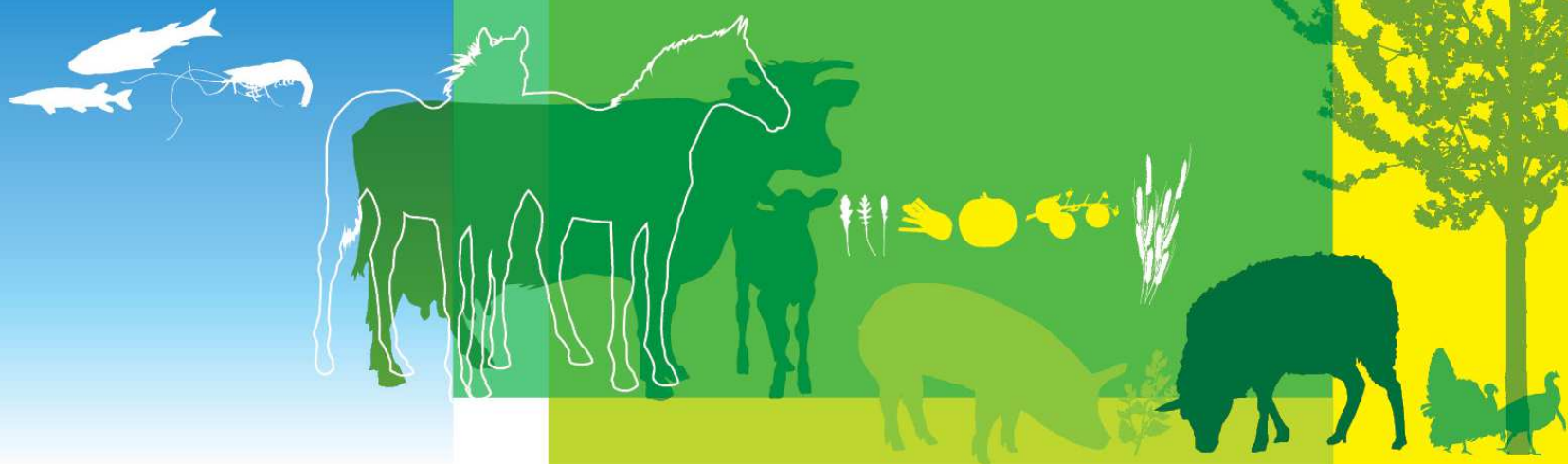


# Synthèse des groupes de travail Conjoncture économique

28 octobre 2015

Conseil spécialisé PPAM





## Contexte, objectifs et méthodologie

- Les marchés des PPAM, au contraire des grandes cultures, des fruits et légumes, viande, etc... ne sont pas communiqués par des conjonctures journalières ou hebdomadaires. Les prix sont communiqués de gré à gré. Ces marchés ont une opacité importante.
- Pour le développement de la filière en France, un minimum d'indicateurs économiques doivent être suivis sur plusieurs années.
- La mission de FranceAgriMer est d'assurer cette veille économique et le suivi des marchés. Aujourd'hui cette veille est insuffisante avec une information trop partielle et tardive.
- Lors du Conseil Spécialisé du 24 juin 2015, il a été proposé de créer 3 groupes de travail pour l'amélioration de cette information économique : PA, PP, PM. Ceux-ci se sont réunis en septembre-octobre. Ils étaient ouverts aux membres du Conseil Spécialisé et autres professionnels concernés.



## Bilan global de ces réunions

- Assez peu de participants, mais les problématiques ont été formulées, des décisions et des orientations ont été prises.
- La méthodologie, la nature des données transmises ont été discutées dans les groupes de travail, qui donnent lieu à des points communs et des spécificités selon les secteurs.
- FranceAgriMer a reconfirmé la confidentialité de toutes les données économiques qui lui sont transmises. Ces données sont analysées et communiquées sous forme de moyennes, tendances... ne permettant ni de reconnaître les entreprises, respectant le secret statistique, ni de déstabiliser le marché.
- Travailler avec le CIHEF pour les données sur les huiles essentielles.



## Constats sur les sources de données régulières

- Les liens privilégiés et échanges de données entre FranceAgriMer et les 14 OP sont à conserver mais sont à compléter car elles ont une représentation partielle (20 % dans le groupe Aromatiques et Médicinales).
- Les données du RGA sont exhaustives mais trop espacées (10 ans).
- Les données annuelles PAC sont insuffisantes (catégories de PPAM trop larges, seules les surfaces sont déclarées).
- Les données de l'Agence bio sont précieuses mais insuffisantes (on n'a pas de volume ni de prix).



## Des actions à mettre en place

- Reconstituer le réseau de professionnels pour chaque corps de métier
  - Producteurs : étendre le réseau aux industriels qui ont des cultures
  - Extracteurs
  - Négociants
  - Grossistes
  - Industries cosmétiques
  - Industries des compléments alimentaires
  - Industries agro-alimentaires : pour les PA 4 marchés (frais, sec, surgelé, huile essentielle)
  - Etc...
- Identifier les principales entreprises afin d'avoir une vision représentative de chaque secteur



## Des actions à mettre en place

- Recueillir et suivre sur plusieurs années les informations économiques sur les principales PA/PM/PP en interrogeant les autres acteurs (hors OP) :
  - Contenant des plantes « indicatrices » à suivre, qui permettront de situer l'évolution de la majeure partie des PPAM représentatives
  - Un entretien aurait lieu 1 fois par an en janvier-février
  - Les informations importantes à recueillir et à compiler sur plusieurs années :
    - Plante, partie de plante, nature (frais/sec...)
    - Volume, surface cultivée (le cas échéant), prix (fourchette)
    - Débouchés (industrie, export...)

# Des actions à mettre en place

Listes de PPAM : au total, 50 retenues

## 10 Plantes médicinales

- Arnica montana
- Artichaut
- Camomille romaine
- Cassis (bourgeon et feuille)
- Gentiane
- Mélisse
- Menthe poivrée
- Vigne rouge
- Valériane

## 4 Fleurs et bouquets

- Fleur lavande bleue
- Fleure lavandin bleu
- Fleur lavandin grosso
- Bouquet lavandin

## 13 Plantes aromatiques

- Aneth
- Basilic
- Ciboulette
- Coriandre
- Herbes de Provence
- Marjolaine
- Menthe douce
- Origan
- Persil
- Romarin
- Sarriette
- Sauge officinale
- Thym

## 23 Huiles essentielles et hydrolats

- Cade
- Camomille romaine
- Cyprès
- Fenouil amer
- Hélichryse italienne
- Hysope
- Lavande aspic
- Lavande fine
- Lavande fine AOP
- Lavande maillette
- Lavande clonale
- Lavandin abrial
- Lavandin grosso
- Lavandin super
- Menthe poivrée
- Origan
- Pin des landes
- Pin sylvestre
- Romarin
- Sauge sclarée
- Thym à linalol
- Thym à thymol
- Thym à tuyanol



## Des actions à mettre en place

### Renseignements à compléter :

- Plante
- Bio
- Culture/cueillette (à renseigner uniquement pour les PM)
- Partie commercialisée (fleur, sommité fleurie, feuille, partie aérienne, racine...)
- Forme commercialisée (sec, frais, surgelé)
- Prix d'achat (1<sup>er</sup> acheteur)
- Origine (France / étranger) (à renseigner pour les industriels)
- Volume 2014
- Surfaces cultivées 2015 (à renseigner pour les producteurs)
- Prévisions volume 2015
- Liste des opérateurs
- Destination des produits





## Des actions à mettre en place

- Cette transmission de données économiques doit se faire dans un esprit de dialogue avec FranceAgriMer.
- Travailler avec des prix « 1<sup>er</sup> acheteur ».
- Recouper les informations avec d'autres professionnels, par exemple :
  - les pépiniéristes bios (recouper les ventes de plants par rapport à la production),
  - les outils de transformation vendus : leur capacité indique des volumes produits,
  - Etc...

# Les priorités pour les professionnels

- **Au niveau de l'amont de la filière**
  - Aider les producteurs à s'installer, donc à connaître leurs débouchés.
  - Relayer les besoins des clients finaux à la production pour que la production s'adapte.
  - Mieux connaître les besoins des industriels français.
  - ...
- **Au niveau de l'aval de la filière**
  - Sécuriser les approvisionnements des industriels.
  - Expliquer pourquoi on ne trouve pas certaines plantes qui poussent en France chez les fournisseurs, pourquoi l'aval n'achète pas ou plus français.
  - Retrouver pour certaines plantes des producteurs français.
  - ...
- **Au niveau de l'amont et de l'aval**
  - Mieux connaître les fournisseurs de matières premières étrangers. Détecter les différences de prix qui ne sont pas expliquées.
  - Détecter et expliquer les anomalies du marché.
  - ...
- Pour connaître des marchés particuliers, FranceAgriMer devra réaliser des études particulières (ex : quel est marché de l'aromathérapie, quelle est sa croissance ?).



# Conclusion

- La constitution du réseau, qui a commencé, est à poursuivre.
- Les listes des PPAM sont à affiner (caractéristiques précises des plantes suivies, procédure lorsqu'il y a peu d'opérateurs – exemple surgelé...).
- On peut se donner comme objectifs :
  - Les premières données pour le 1<sup>er</sup> Conseil Spécialisé de 2016, avec 2<sup>ème</sup> réunion des groupes de travail pour tester et préciser la méthodologie de travail.
  - Un premier rendu global en juin 2016.