



Fruits et légumes frais et transformés



Définition du périmètre de la fiche

Le Marché des « fruits et légumes frais et transformés » correspond au cumul des produits suivants définis sous la nomenclature internationale SH (*) 2002 :

Codes douaniers fruits frais

0801-0802	Fruits à coque
0803-0804	Fruits exotiques
0805	Agrumes
0806 à 0810	Autres fruits frais, dont pommes et poires (0808)

Codes douaniers légumes frais

0702 à 0709	Légumes frais hors pommes de terre
-------------	------------------------------------

Codes douaniers pommes de terre de consommation

07019050	Pommes de terre de primeur
07019090	potomme de terre de conservation

Codes douaniers fruits transformés

2008	Conserves (avec ou sans alcool ajouté, avec ou sans sucre ajouté)
0812	Surgelés (avec ou sans sucre ajouté)
2007	Confitures, gelées marmelades, purées et pâtes de fruits
080111, 08030090, 08042090, 080620, 0813, 0814, 2006	Fruits secs et écorces

Codes douaniers légumes transformés

0711, 2001, 2002, 2003, 2005	Conserves (y compris au vinaigre)
0710	Légumes surgelés (bruts)
2004	Légumes surgelés préparés dont frites
0712	Légumes déshydratés

(*) Système harmonisé

Les grandes tendances du secteur

Fruits et légumes frais

Fortement soumis aux aléas climatiques, le secteur des fruits et légumes frais reste pour la valorisation des produits très tributaire des fluctuations liées à l'équilibre entre l'offre et la demande. Les enjeux de la compétitivité dans un contexte mondialisé reposent sur des coûts de production contraints et des produits reconnus pour leur qualité et leur sécurité alimentaire.

Les attentes des consommateurs reposent sur des attentes sociétales, éthiques, environnementales, et des préoccupations de bien-être et santé :

- recherche de produits plus sophistiqués, conditionnés et prêts à l'emploi (fruits et légumes de 4^e et 5^e gamme notamment). Pour tous les produits frais, la demande s'oriente vers des produits innovants, pratiques et apportant du service ;

Une consommation en berne et des programmes de soutien public pour relancer la consommation :

- les produits « bruts » manquent d'attrait pour les jeunes qui en achètent et en consomment de moins en moins en l'état;
- mise en avant des fruits et légumes comme produits santé par excellence : campagne « Mangez 5 fruits et légumes par jour » déclinée dans tous les pays européens, distribution gratuite dans les écoles « fruits à la récré ».

Pommes de terre

Produit basique de la consommation alimentaire en Europe et dans un grand nombre de pays dans le monde, **la pomme de terre est devenue un produit plus élaboré** : lavé, conditionné, segmenté selon les utilisations. Cette offre qualitative s'impose dans le haut de gamme des marchés à consommation traditionnelle (pays de l'est de l'Europe notamment). Par ailleurs, la France est en pointe dans l'offre de produits frais innovants répondant à une demande de praticité (pommes de terre micro-ondables) et dans la valorisation des variétés à chair ferme (grande innovation variétale).

Fruits et légumes transformés

Les grandes tendances qui caractérisent les différents secteurs de produits ces dernières années :

- **concurrence accrue des pays émergents** : Chine (tomate, fraise), Thaïlande (maïs), Amérique latine (Pérou, Chili, Argentine) ;
- **concentration accélérée des entreprises** ;
- **évolution de la consommation vers des produits sophistiqués et attractifs** : 4^e et 5^e gamme, soupes fraîches, légumes cuisinés, tandis que celle de conserves et de confitures de base recule.

Par ailleurs, les smoothies déjà bien implantés chez les Anglo-Saxons, explosent dans les pays où ils étaient encore peu présents, comme la France et l'Allemagne.

Faiblesses	Forces
- coût de main-d'œuvre élevé	- haute technicité, produits innovants (compotes)
- concurrence des pays émergents	- présence de grands groupes internationaux
- baisse de la consommation des conserves	- niches gastronomiques : crème de marrons, pruneaux
- l'innovation fait défaut à certains segments de produits (conserves)	- offre haut de gamme reconnue
	- acteur mondial en pruneau et en maïs doux



Les échanges mondiaux

Fruits et légumes frais et pommes de terre

Bilan des échanges européens de fruits et légumes frais (+ pommes de terre) en 2011

M €	Fruits	Légumes	Pommes de terre
Import	27 859	12 788	1 472
- <i>intra-UE</i>	48%	83%	86%
Export	18 611	11 691	1 527
- <i>intra-UE</i>	84%	88%	80%

Source : Ubifrance d'après EUROSTAT

Export de l'UE en volume (2011) : 20 Mt de fruits, 13,5 Mt de légumes, 6,4 Mt de pommes de terre.

Part majoritaire des échanges intra-communautaires, sauf pour les importations de fruits, dont une part non négligeable concerne les agrumes, les fruits tropicaux et les pommes de l'hémisphère Sud en contre-saison. Les contraintes logistiques (produits ultra-frais) et les réglementations phytosanitaires strictes restreignent les exportations de la plupart des espèces vers les destinations lointaines.

Le marché mondial de la pomme

En 2011, un marché de 7,8 Mt et 6 877 M USD. Principaux acteurs mondiaux :

- hémisphère Nord : Chine, Etats-Unis, France, Italie ;
- hémisphère Sud : Chili, Afrique du Sud, Nouvelle-Zélande.

Top 5 Pays exportateurs de pommes fraîches en 2011

Volume			Valeur	
	Pays	Part de marché	Pays	Part de marché
1	Chine	12,9 %	Italie	14,4 %
2	Italie	12,2 %	Etats-Unis	13,8 %
3	Etats-Unis	10,4 %	Chine	13,3 %
4	Chili	10,0 %	France	10,7 %
5	France	9,1 %	Chili	8,4 %

Source : Ubifrance d'après GTI

En volume, la Chine garde sa position de leader mondial en volume des exportations de pommes de table malgré une baisse de 2% sa part de marché depuis 2009. L'Italie connaît une très forte progression depuis 2008 (+2,6%) et se hisse à la deuxième place du classement en 2011. Les Etats-Unis et le Chili avec des volumes proches des 800 000 t se retrouvent respectivement 3ème et 4ème. La France complète ce top 5 avec près de 729 000 t de pommes exportées en 2011.

Export de pommes France 2011 : plus de 729 000 t et 534 M USD.

Le marché mondial de la pomme de terre

En 2011, un marché de 9,2 Mt et 9 140 M USD. Principaux acteurs mondiaux :

- Europe de l'ouest (marché du frais et transformation) : Allemagne, Royaume-Uni, France, Pays-Bas, Belgique ;
- Europe de l'est (autoconsommation) : Pologne, CEI ;
- Amérique du nord (transformation) : Canada, Etats-Unis.

L'Europe concentre 80% des échanges mondiaux de pommes de terre, en volume comme en valeur, dont 98 % au seul crédit des pays de l'Union européenne. Les points forts de l'Europe sont la maîtrise de la production, des produits adaptés à la distribution moderne, une offre segmentée, et la maîtrise de la logistique (Pays-Bas).

Export pommes de terre de consommation France 2011 : 1,9 Mt pour une valeur de 613 M USD (437 M EUR).

Top 5 Pays exportateurs de pommes de terre en 2011

	Volume		Valeur	
	Pays	Part de marché	Pays	Part de marché
1	France	20,2%	France	19,5%
2	Allemagne	16,6%	Pays-Bas	14,1%
3	Pays-Bas	12,0%	Allemagne	11,1%
4	Belgique	9,0%	Etats-Unis	6,7%
5	Canada	5,6%	Canada	6,1%

Source : Ubifrance d'après GTI

Fruits et légumes transformés

En **légumes transformés**, l'Union européenne participe pour une bonne partie aux exportations mondiales. La Chine se place en tête des échanges (4,1 Mt exportées en 2011), mais suivent la Belgique (3,1 Mt), les Pays-Bas (2,5 Mt) et l'Italie (2,3 Mt). La France se place en 8^e position en volume (1 M t environ). En valeur, la hiérarchie est conservée.

En **fruits transformés**, la France se place en 9^e position des exportateurs en valeur, alors qu'elle n'arrive qu'en 18^e place en volume ! La Chine occupe la première place, la Thaïlande et les Etats-Unis suivent.

Les entreprises leaders

Structuration du marché des fruits et légumes frais

Au niveau international, on compte de grosses structures de commercialisation des fruits et légumes :

- les multinationales américaines de la banane et des produits tropicaux (Dole, Del Monte...) ;
- les structures européennes de type UNIVEG (groupe belge, 32 implantations dans 18 pays pour la production et la distribution de fruits et légumes) ou Greenery (structure néerlandaise de commercialisation de fruits et légumes en Europe, en Amérique du nord et en Extrême-Orient ; 1 250 producteurs associés).

En France, la filière fruits et légumes frais reste un secteur atomisé, constitué essentiellement de PME. En France, on recense 200 coopératives et 600 entreprises d'expédition et d'importation. La mise en place d'une « nouvelle gouvernance » au niveau de la production, avec la création d'AOP (Association d'Organisations de Producteurs) vise à recentrer et concentrer les stratégies, au niveau national ou régional.

Concentration du secteur des fruits et légumes transformés

A l'international, Nestlé avec sa marque Maggi (soupe déshydratée, soupe liquide, purée en flocons et produits surgelés) et Unilever avec sa marque Knorr (soupe déshydratée, soupe liquide, Knorr Vie) sont les deux principales entreprises à l'échelle mondiale.

En pommes de terre transformées (frites surgelées, chips, flocons et préparations alimentaires), les multinationales américaines, canadiennes ou néerlandaises dominent le marché mondial. Avec 65 % de la production, McCain (Canada), Simplot et Lamb Weston (Etats-Unis) sont les groupes leaders en frites surgelées. Le plus gros producteur de chips, Frito-Lay (groupe Pepsico) est également américain.



Pour approvisionner le marché européen, la plupart disposent d'implantations locales et plusieurs sont installées en France. Le plus emblématique est McCain, avec trois sites de production, mais on citera également Nestlé (en produits déshydratés pour purées et soupes), Intersnack (chips) ou Farm Frites.

La place de la France

Part de marché de la France en fruits frais	2,6 %
Importations en 2011	4 112 M USD
Exportations en 2011	1 924 M USD
Part de marché de la France en légumes frais	4,0 %
Importations en 2011	2 057 M USD
Exportations en 2011	1 252 M USD

Rôle de la France en fruits et légumes frais

La France est le 3^e producteur européen de fruits et légumes, derrière l'Italie et l'Espagne et à égalité avec la Pologne mais elle arrive seulement en 5^e position pour l'exportation. En pommes de terre, la France se place en 2^e position en tonnage global (derrière l'Allemagne et devant la Belgique, les Pays-Bas et l'Allemagne).

Les principales espèces exportées par la France sont :

- **en fruits** : la pomme (gamme très diversifiée et variétés « club » comme la Pink Lady), le kiwi, l'abricot, la fraise « Gariguettes », les pêches/nectarines, le melon charentais, la noix, le pruneau.
- **en légumes** : la mâche, les salades de diversification, les tomates de spécialités, le chou-fleur, le poireau primeur, la carotte des sables des Landes.

Pour tous les produits frais et sur la plupart des marchés, la demande s'oriente vers des produits innovants, pratiques et apportant du service.

Nos principaux concurrents sont l'Espagne, les Pays-Bas, l'Italie et la Belgique en fruits, les Pays-Bas, l'Espagne, l'Italie et la Belgique en légumes.

L'Europe élargie à 27 absorbe aujourd'hui près de 90 % des exportations françaises de fruits et légumes frais et, mis à part le cas de la pomme, l'Europe restera dans les années à venir le grand débouché naturel pour les produits de cette filière.

Part de marché de la France en pommes de terre:	19,5 %
Importations en 2011 :	91 M USD
Exportations en 2011 :	613 M USD

La France est le 4^e producteur européen de pommes de terre, derrière l'Allemagne, la Pologne et le Royaume-Uni. A l'export, nos principaux marchés sont au Sud (Espagne, Italie, Portugal), mais nous avons su également nous positionner sur le créneau qualitatif des marchés du nord (Allemagne, Royaume-Uni) et de l'est de l'Europe (République tchèque, Pologne, Hongrie, Russie...). A noter, les échanges traditionnels avec la Belgique, les Pays-Bas et l'Allemagne en pommes de terre destinées à la transformation.



Top 5 Pays clients de la France en fruits, légumes et pommes de terre

	Fruits frais		Légumes frais		Pommes de terre	
	Pays	Part de marché valeur	Pays	Part de marché valeur	Pays	Part de marché valeur
1	Allemagne	15,7 %	Allemagne	29,0 %	Espagne	25,4 %
2	Espagne	13,3 %	Royaume-Uni	11,3 %	Italie	17,4 %
3	Royaume-Uni	11,9 %	Italie	10,9 %	Allemagne	11,1 %
4	Italie	9,8 %	Pays-Bas	9,2 %	Belgique	9,8 %
5	Belgique	8,3 %	Belgique	9,0 %	Portugal	7,0 %

Source : Ubifrance d'après Douanes françaises

Part de marché de la France en légumes transformés :	4,9 %
Importations en 2011	2 600 M USD
Exportations en 2011	1 632 M USD

Rôle de la France en légumes transformés

Avec une croissance effrénée ces dernières années tous produits confondus, la Chine se positionne en acteur incontournable des échanges mondiaux en devenant premier exportateur mondial sur de nombreux segments de marché.

En France, la fabrication de légumes en conserve a diminué de 12 % en volume en 2010. En 2011, elle a atteint quasiment le niveau de 2010, avec un volume de 964 000 t (1/2 brut). Les faibles volumes de haricots et flageolets sont compensés par les hausses de production en pois et pois-carottes.

La fabrication de légumes surgelés a également enregistré une baisse en 2010 de 14 %, suivie en 2011 d'une augmentation de 14 % pour atteindre 447 000 t (1/2 brut). La progression en 2011 est due à des augmentations de fabrication en pois, haricots, épinards et choux-fleurs.

La France est en 2010, 1^{er} exportateur mondial de haricots verts en conserve (17 % du marché mondial), 2^e de pois en conserve (16 %). Elle occupe la 3^e place en haricots verts surgelés (10 %) et en petits pois surgelés (8 %).

La France reste, en 2011, premier fournisseur mondial de maïs doux en conserve, en valeur (24,5 % des exportations mondiales). En volume, elle se trouve reléguée en 3^e position (17,6 %), derrière la Thaïlande (26,7 %) et la Hongrie (18,6 %), mais devant les Etats-Unis (15,4 %).

Les huit premiers pays partenaires de la France, tous membres de l'Union européenne, représentent 80 % de la valeur totale des exportations de légumes transformés. En neuvième position, et premier des pays tiers, se placent les Etats-Unis, acheteurs de légumes surgelés principalement.

Part de marché de la France en fruits transformés :	3,2 %
Importations en 2011 :	1 647 M USD
Exportations en 2011 :	755 M USD

Rôle de la France en fruits transformés

La France est le 2^e producteur européen derrière l'Allemagne en confitures, gelées et marmelades et se positionne à la même place en fruits en conserve derrière la Grèce.

Les exportations françaises de confitures, gelées et pâtes de fruits profitent d'une évolution globalement positive depuis plusieurs années et représentent 60 % des exportations de fruits transformés en 2011. Les fruits en conserve suivent la même tendance.

La France est le 3^e producteur de pruneau au niveau mondial, derrière les Etats-Unis et le Chili. C'est le premier producteur européen.

Le marché des compotes reste hexagonal, avec quelques volumes exportés vers le Royaume-Uni et les Etats-Unis.

Si les premiers clients de la France en fruits transformés font partie de l'Union européenne, on trouve en 6^e et 7^e position les Etats-Unis (confitures pour les ¾ des envois) et le Japon (confitures et purée de marrons pour la moitié de la valeur exportée). La France tient une place importante sur le marché des fruits comme fournisseur de pruneaux.

Top 5 Pays clients de la France en fruits et légumes transformés en 2011

Fruits transformés			Légumes transformés	
Pays	Part de marché valeur		Pays	Part de marché valeur
1	Royaume-Uni	15,7 %	Allemagne	16,9 %
2	Allemagne	9,8 %	Italie	16,6 %
3	Belgique	8,2 %	Belgique	15,7 %
4	Italie	7,6 %	Espagne	12,3 %
5	Espagne	6,8 %	Royaume-Uni	8,3 %

Source : Ubifrance d'après Douanes françaises



Les principales entreprises françaises à l'international

Entreprise/groupe	CA global	Rang	Implantation
Bonduelle (rachat début 2010 de France Champignon)	1,76 Md EUR (2011) dont 64% à l'export.	Leader européen pour les légumes en conserve (30% PDM), 2 ^e pour les légumes surgelés (12% PDM), 1 ^{er} en 4 ^e gamme. N°2 sur le marché du champignon (n°1 en Europe)	Implanté dans 18 pays avec près de 50 sites de production.
Cecab	708 M EUR (2008) dont 19,2% pour les légumes surgelés et 80,8% pour la conserve (légumes et plats préparés).	2 ^e producteur français de légumes transformés, 1 ^{ère} marque de légumes en conserve en France et co-leader en Europe avec la marque d'Aucy.	9 implantations à l'international (Espagne, Pologne, Hongrie, Russie), 9 en France et 6 filiales commerciales (Allemagne, Brésil, Espagne, Grande-Bretagne, Italie, Russie).

Source : Ubifrance

Andros est le principal intervenant dans le secteur de la transformation des fruits (marques Bonne Maman et Andros).

Des opportunités à saisir

Les marchés les plus importants

Les marchés majeurs dans la demande mondiale. Nous devons y être présents et maintenir nos parts de marché.

Sous rubriques concernées par le champ de la fiche	Marchés (3 pays au moins)	Commentaires / Recommandations
Fruits et légumes frais	Allemagne, Royaume-Uni, Espagne, Italie	Marchés de proximité, matures et exigeants, où la concurrence est rude. Ce sont nos débouchés naturels, où le maintien de nos positions passe par : - le suivi des clients : visites régulières, offre de produits adaptés à leurs besoins (qualité, praticité, prix), - la mise en place d'une logistique adaptée à la GMS, - mais aussi par des approches transversales (produits bio, spécialités régionales...).
Pommes de terre	Espagne, Italie, Allemagne, Royaume-Uni	Espagne, Italie : des marchés où notre position dominante doit être confortée par le développement de partenariats à long terme avec les importateurs locaux. Allemagne, Royaume-Uni : s'imposer comme un fournisseur régulier de pommes de terre de qualité.

Source : Ubifrance d'après GTI

Les principaux marchés porteurs

Ils représentent les marchés importants dans la demande mondiale qui affichent une croissance positive de leur demande. Nous devons y être présents et offensifs pour accroître nos parts de marché.

Sous rubriques concernées par le champ de la fiche	Marchés (3 pays au moins)	Commentaires / Recommandations
Fruits et légumes frais	Les pays de l'est de l'UE, Russie	Les marchés de l'est de l'Europe méritent d'être mieux prospectés par les exportateurs français : croissance du pouvoir d'achat, développement d'une clientèle plus aisée, à la recherche de nouveaux produits. Des solutions logistiques sont à trouver pour gérer l'éloignement des marchés et les faibles volumes concernés.
Pommes de terre	Les pays de l'est de l'UE, Russie	Une place à prendre pour la pomme de terre de conservation, après l'écoulement des productions nationales (à partir de janvier). Tirer profit de la notoriété de la pomme de terre française (qualité) et miser sur le développement de la grande distribution.
Fruits et légumes transformés	Les pays de l'Europe de l'Est, Russie, Etats-Unis, Japon	Pays de l'Europe de l'Est : croissance du pouvoir d'achat, demande qui évolue vers le qualitatif, recherche de produits nouveaux. Russie : des opportunités pour les concentrés et jus de légumes et les fruits rouges (à incorporer dans des produits élaborés). Etats-Unis, Japon : des opportunités pour des produits pouvant s'insérer dans une gamme « gourmet », mais attention à la réglementation.

Source : Ubifrance d'après GTI

Programmation des événements

Organisation de Rencontres acheteurs et autres événements à l'étranger

Pour en savoir plus : www.ubifrance.fr/fruits-et-legumes-frais-et-transformes/evenements

Contacts :

Fruits et légumes frais : nicole.ghenasia@ubifrance.fr et alice.perrin-janet@ubifrance.fr

Fruits et légumes transformés : carine.robillaie@ubifrance.fr

Pommes de terre : martine.schwartzmann@ubifrance.fr

UBIFRANCE et les Missions Economiques vous proposent quatre gammes complètes de produits et services d'accompagnement pour vous aider à identifier les opportunités des marchés et à concrétiser vos projets de développement international.



• **Gamme Conseil** : pour obtenir la bonne information sur les marchés étrangers et bénéficier de l'expertise des spécialistes du réseau UBIFRANCE et les Missions Economiques.



• **Gamme Contact** : pour identifier vos contacts d'affaires et vous faire bénéficier de centaines d'actions de promotion à travers le monde.



• **Gamme Communication** : pour communiquer à l'étranger sur votre entreprise, vos produits et votre actualité.



• **Volontariat International en Entreprise (VIE)** : pour optimiser votre budget ressources humaines à l'international

Retrouver le détail de nos produits sur : www.ubifrance.fr

© 2012 – Ubifrance

Toute reproduction, représentation ou diffusion, intégrale ou partielle, par quelque procédé que ce soit, sur quelque support que ce soit, papier ou électronique, effectuée sans l'autorisation écrite expresse d'Ubifrance est interdite et constitue un délit de contrefaçon sanctionné par les articles L.335-2 et L.335-3 du code de la propriété intellectuelle.

Clause de non-responsabilité :

Ubifrance ne peut en aucun cas être tenue pour responsable de l'utilisation et de l'interprétation de l'information contenue dans cette publication dans un but autre que celui qui est le sien, à savoir informer et non délivrer des conseils personnalisés. Les coordonnées (nom des organismes, adresses, téléphones, télécopies et adresses électroniques) indiquées dans ce document ont été vérifiées avec le plus grand soin. Ubifrance ne saurait en aucun cas être responsable d'éventuels changements.

Prestation réalisée sous système de management de la performance certifiée BVC 9001 : 2008

Auteur : Service produits et filières alimentaires (PFA)

Adresse : 77 boulevard Saint-Jacques 75014 Paris

Version originelle du : 16 novembre 2009