



Ctifl



Périfel

27 juin 2013 Douville

Filière Fruits et Légumes
Panorama macro-économique et
spécificités territoriales

Danièle Scandella

Ctifl Département Produits et Marchés



Tendances de la production

La France est le 3^{ème} producteur européen de fruits et légumes
8 millions de tonnes, 53 010 exploitations et 362 000 ha Source RGA 2010

○ Données générales

- 60% des superficies fruitières ou légumières détenues par des exploitations spécialisées dans d'autres productions
- Baisse du nombre d'exploitations F&L, plus forte que pour l'ensemble des exploitations agricoles, quelle que soit leur dimension économique, plus modérée chez les grandes
- Hausse générale des superficies moyennes/ exploitation : diminution plus forte du nombre d'exploitations que des surfaces

○ Fruits

- très net recul des plus petits vergers qui restent majoritaires en nombre d'exploitation (70%)
- 66% du verger détenu par les exploitations fruitières de plus de 10 ha (16% des exploitations)
- Baisse de potentiel en Provence et en Languedoc, beaucoup moins importante dans le Sud Ouest

○ Légumes

- Augmentation des exploitations d'au moins 30 ha mais petites exploitations restent les + nombreuses
- 70 % des surfaces légumières détenues par les exploitations de plus de 10 ha (19% des exploitations)
- 50% exploit. légumière: plein champ pour le frais / 28% maraîchage plein air/ 30% serre ou abris hauts
Seules les surfaces de serres ou abris hauts se sont développées
- Moindre diminution en Bretagne et Normandie

La production fruitière

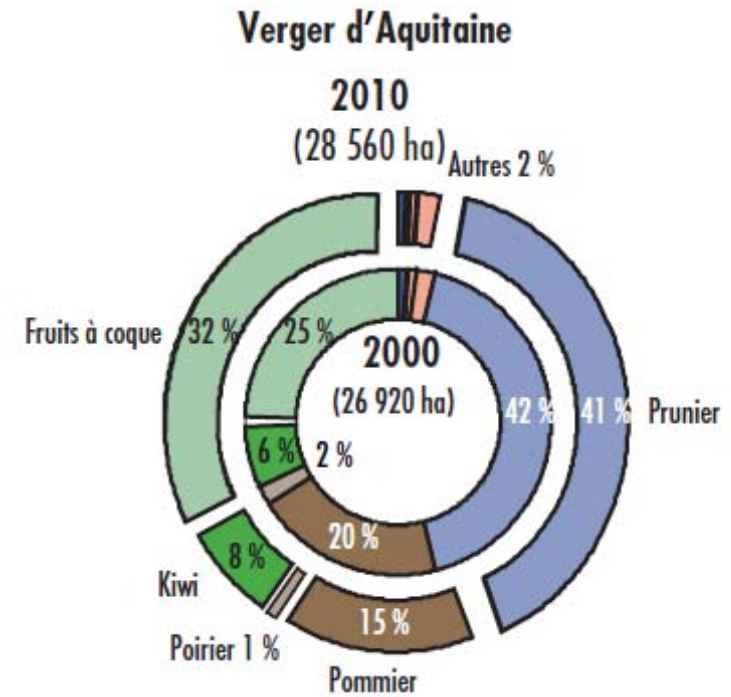
Total France		
	Volume (tonnes) Agreste 2012	Evol. surface RGA 2010/2000
Pomme	1 383 000 ↓	-24%
Noix	36 425 ↑↑	24 %
Prune	209 000 ↑↑	-8%
Abricot	190 000 ↑↑	-9%
Pêche et nectarine	275 000 ↓↓	-42%
Cerise	30 400 ↓↓	-25%
Raisin de table	52 150 ↓↓	-35%
Poire	125 000 ↓↓	-45%
Kiwi	65 250 ↓	0%
Petits fruits	13 400 ↓	-24%
Agrumes	32 500 ↑	-19%

Exploitations vergers 9 espèces	Evolution du nombre d'exploitations	Evolution des surfaces
France métropolitaine	-35 %	-19%
Aquitaine	-18%	+3%
Dordogne	-14%	+6%
Lot et Garonne	-24%	+0,4%
Provence Alpes Côte d'Azur	-45%	-29%



L' Aquitaine : second verger de France en nombre d'exploitations (4470) et en surface (28 560 ha)

- Seule région avec la Lorraine qui voit ses surfaces progresser : + 6% contre -17% niveau national
- Première région française pour les vergers de pruniers, de kiwis et de noisetiers, seconde pour les noyers
- 88% des surfaces fruitières localisées en Lot et Garonne et Dordogne



La Dordogne

- 15% du potentiel économique agricole aquitain
- 33 % de la surface verger aquitain
- un nombre d'exploit. fruitières stable

Verger périgourdin	Position nationale	Part de la production / national (en volume)	Superficie en ha
Noix	2 ^{ème}	24 %	5 428
Pomme	7 ^{ème}	5 %	1 833
Pruneau	2 ^{ème}	8 %	1 000
Châtaigne	2 ^{ème}	13 %	665
Noisette		5 %	124
Kiwi		1%	44

La production légumière

Total France		
Frais + Transformé *	Volume (tonnes) Agreste 2012	Evol. surface RGA 2010/2000
Petits pois	235 018 →	-10%*
Haricot vert	310 405 →	-12%*
Salade	435 013 ↘↘	-3%
Chou-fleur	355 820 ↘	-22%
Melon	281 684 ↘	-4%
Carotte	541 168 ↘	-5%
Oignon blanc + couleur	411 614 ↘↘	-37%
Poireau	161 702 ↘	-16%
Tomate	763 475 ↗	-25%* dont industrie
Asperge	21 275 ↘	-37%
Fraise	53 078 ↘↘	-18%
Courgette	123 846 ↘↘	-7%

La salade, espèce la plus cultivée, résiste bien en surface, notamment pour les variétés autres que laitue et chicorée

Tomate, melon, courgette et carotte résistent bien en nombre d'exploitations et en surface pour le frais.

L'asperge : légume à la plus forte baisse du nombre d'exploitations et de surface, moindre que précédemment

La fraise: recul des exploitations très ralenti (14/46) et baisse des surfaces : part croissante des serres ou abris hauts près de 50% des surfaces, 42% des exploit.

Exploitations ayant des légumes frais, fraises et melons	Evolution du nombre d'exploitations	Evolution des surfaces
France métropolitaine	-24 %	-18%
Aquitaine	-40%	-20%
Dordogne	-36%	-17%
Lot et Garonne	-41 %	-29 %
Provence Alpes Côte d'Azur	-29%	-15%



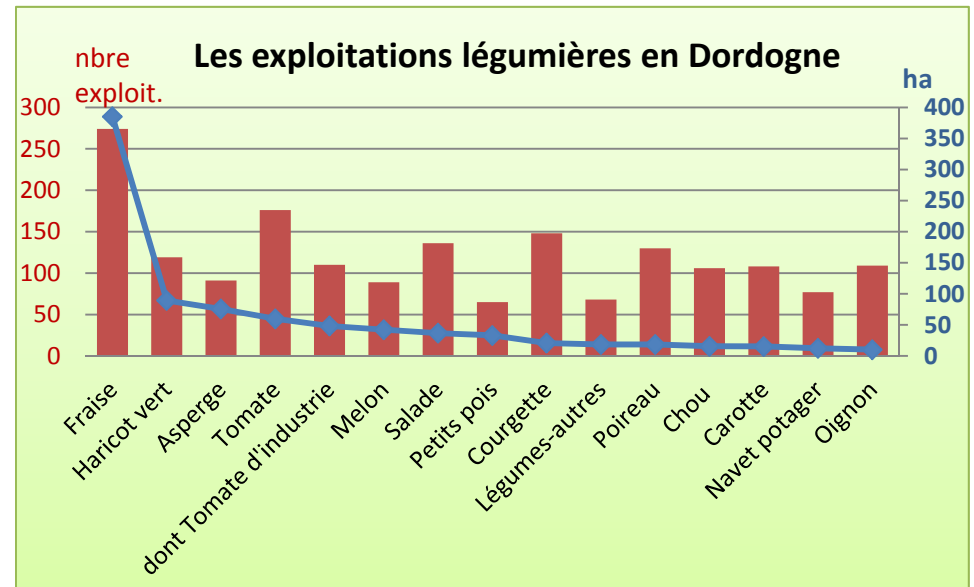
L' Aquitaine : Deuxième région légumière française avec 10% des exploitations et 15% des surfaces

- Diminution du nombre d'exploitations et des surfaces plus importante que reste France
- Les cultures de plein champ pour le frais (37% de la surface régionale) progressent au détriment de celles pour la transformation (56%)
- Première région productrice de fraise sur près d'1/3 des surfaces nationales

La Dordogne

- 1/3 des fraisculteurs d'Aquitaine
38% des superficies hors sol (source Draf Aquitaine)
- Une faible production de légumes pour le frais, très diversifiée et peu d'exploitation spécialisée
- Et beaucoup de surface pour la transformation

Périfel 27 juin 2013 Douville





Des spécificités aquitaines à valoriser ?

Le Bio

L' Aquitaine est au premier rang français pour la superficie fruitière en bio

- Principalement noyers et châtaigniers en Dordogne
- Pruniers en Lot et Garonne
- Pommiers en Lot et Garonne et Pyrénées Atlantiques
-

Et au second rang pour les légumes après la Bretagne

- Essentiellement dans les Landes
- suivies par le Lot et Garonne

Les circuits courts

- 27% des exploitations F&L en Dordogne
- Vente à la ferme (40%), sur marché (22%) et commerçant détaillant (15%)

Les labels de qualité

- **Plus d'une exploitation sur cinq produisant des fruits et légumes, revendiquent un signe de qualité**
- Deuxième région pour le nombre d'exploitations bénéficiant de l'IGP

LES SIGNES DE LA QUALITÉ ET DE L'ORIGINE DES PRODUCTIONS VÉGÉTALES
(hors vin)

AOP	IGP	Label Rouge
Chasselas de Moissac	Ail blanc de Lomagne	Ail rose
Noix du Périgord	Ail rose de Lautrec	Fraise
Pomme du Limousin	Asperge des sables des Landes	Haricot
Piment d'Espelette	Fraise du Périgord	Kiwi Hayward
	Haricot tarbais	Reine-Claude
	Kiwi de l'Adour	
	Melon du Quercy	
	Pruneau d'Agen	



Tendances du commerce extérieur

- Commerce structurellement déficitaire et solde qui se dégrade
- Sur la dernière décennie, accroissement des volumes de légumes exportés (dû aux ré exportations des produits marocains et espagnols) contrairement aux fruits qui enregistrent un recul notable
- Allemagne place privilégiée mais Espagne et Italie deviennent de bons clients alors que Royaume Uni régresse. Hors UE : Suisse en légumes et Algérie et République tchèque en fruits
- Fruit leader : **Pomme** (600 000t) , **Abricot** / Pêches et Nectarines(50 000t), **Noix** (33 000t), **Fraise/Kiwi/Prune/Raisin** (20 000t)
- Légumes leaders : **Tomate/Choux fleur** (150 à 200 000t), **Carotte** (100 000t), **Haricot vert/Oignon** (80 000 t), **Melon/Mâche** (40 000t)

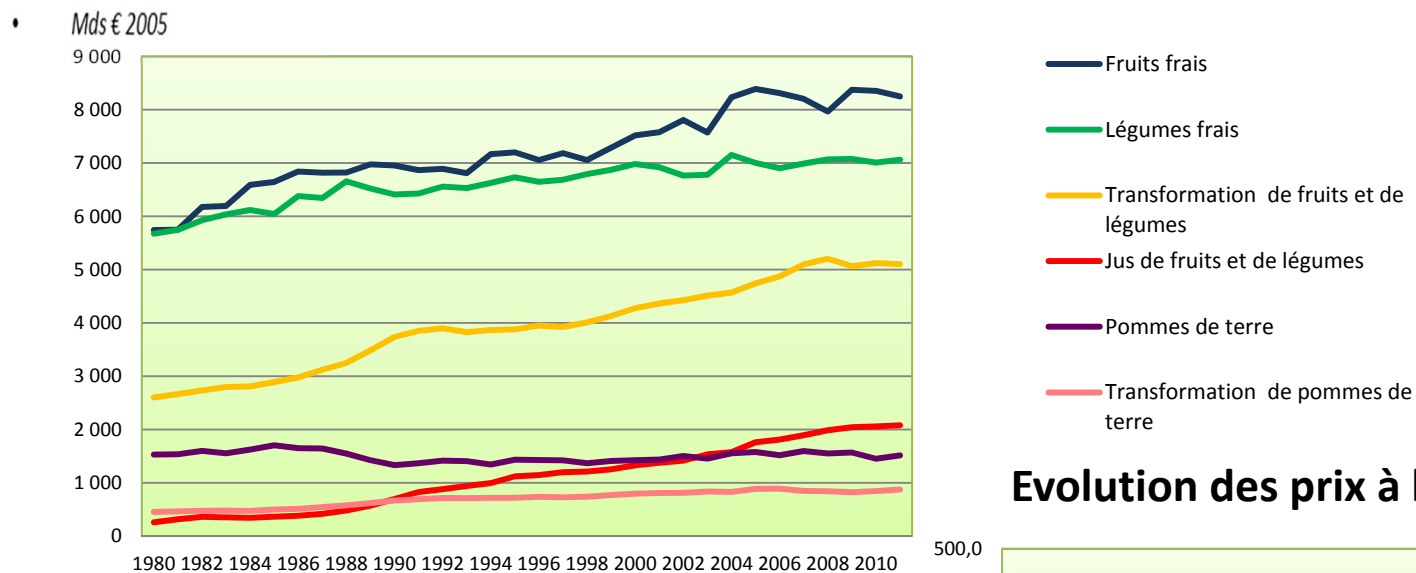
Enjeux de compétitivité

- **Coûts de production plus élevés que dans Europe du Sud**
- **Conditions de production : exigences phytosanitaires. Atout ?**
- **Exportation considérée comme marché de dégagement et peu de leaders de taille suffisante**
→ **Pas de véritables stratégies commerciales à l'export.**
- **Quel positionnement pour l'offre française : créneau « haut de gamme » sur des volumes limités ? Quelle capacité de se différencier qualitativement ?**



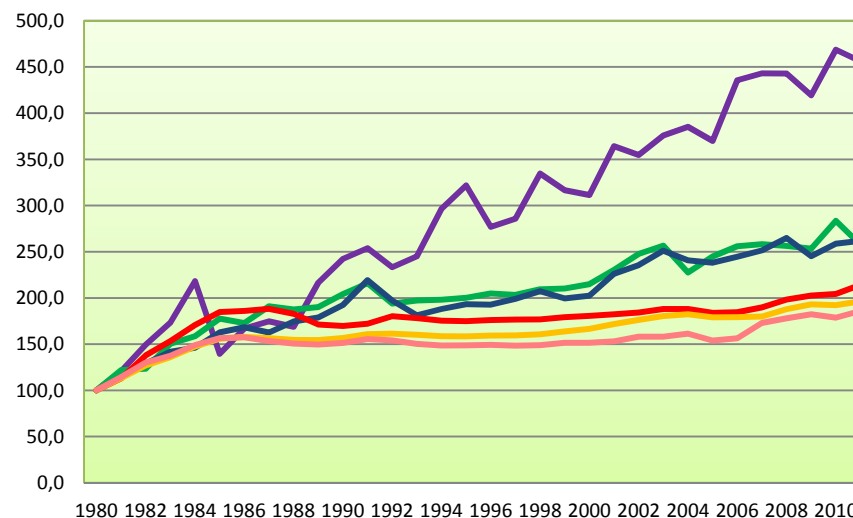
Dans l'univers des fruits et légumes le frais reste toujours le 1^{er} poste de consommation

Evolution de la consommation en volume



Source : Insee – Consommation des ménages

Evolution des prix à la consommation





Les achats de Fruits

- **Des fruits métropolitains qui pèsent 50% du panier global mais en légère diminution sur 10 ans**

↑ Fraise, Kiwi ↓ Pomme, Raisin

- Des agrumes qui régressent et passent sous la barre des 30%
- Des achats d'exotiques qui ont beaucoup progressé (dont banane)

Les achats de légumes

- **Des légumes fruits qui pèsent près de la moitié des achats et qui progressent sur 10 ans**

↑ Légumes crudités et « méditerranéens »

- Des feuillus en seconde place qui régressent au profit de la 4^{ème} gamme (en salade)

↓ Salades, Choux fleur, Artichaut, Asperge

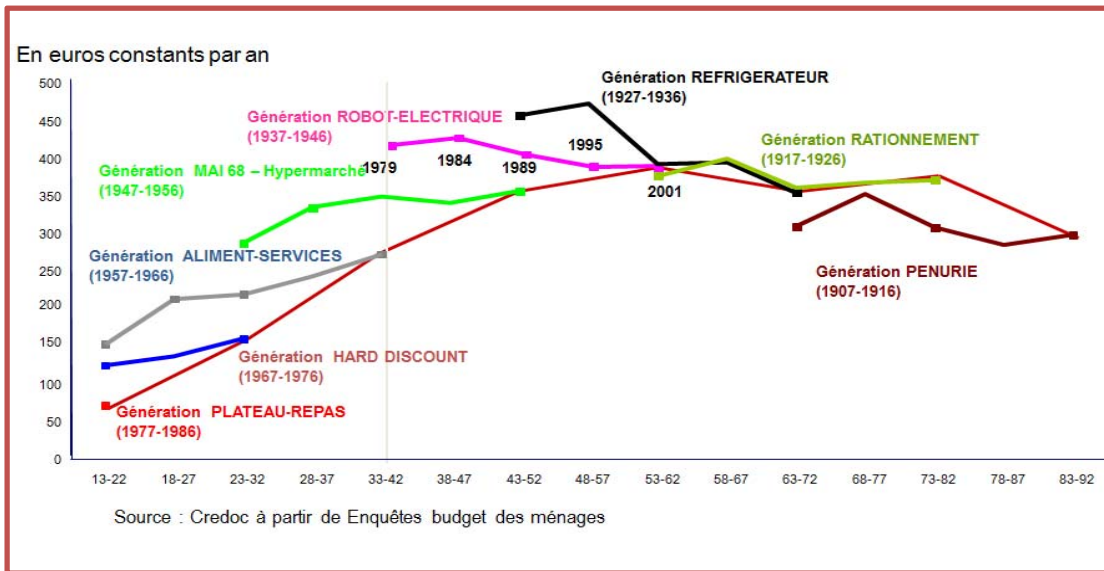
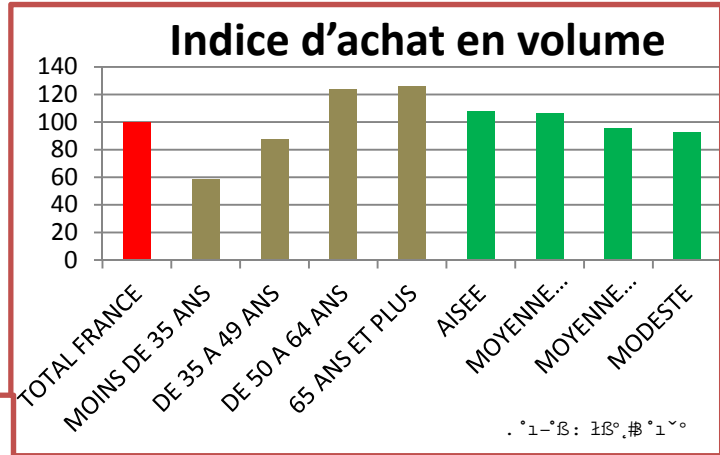
- Des racines, bulbes et tubercules stables

↑ Carotte, Oignon



Profil des consommateurs

- ❖ Un ménage de 65 ans et + achète plus de 2 fois plus qu'un ménage de moins de 35 ans.
- ❖ A l'effet d'âge s'ajoute un effet de génération négatif



- ❖ L'écart d'achat entre ménages modestes et ménages aisés : 25 % en volume et 60% en valeur.



Perception de l'offre par les consommateurs

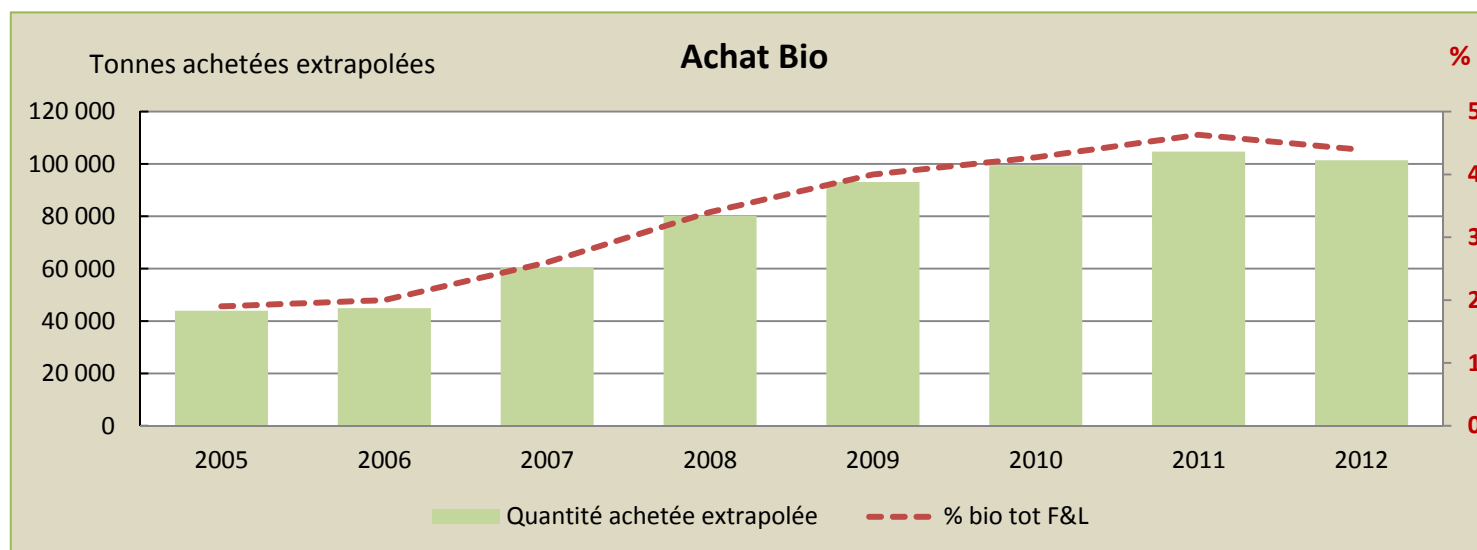
- ❖ **Image plutôt positive:** nature, santé, authenticité / produits transformés, carnés - **France/Import**
- ❖ **Niveau satisfaction globale assez bon**, mais pour les fruits, attentes sur le **goût** et la **maturité**
- ❖ Critères d'achat déclarés : **aspect, fraîcheur** et ensuite le **prix**.
- ❖ **Origine, marque, signe de qualité moins importants** (produits peu marketés, peu de mise en avant des signes de qualité)
- ❖ **Brouillage de la perception de l'offre** (saison, méconnaissance production...)
- ❖ **Difficulté de valoriser les démarches environnementales** hormis le bio
- ❖ Les **jeunes** achètent proportionnellement plus de **fruits exotiques, de légumes fruits et la 4^{ème} gamme**
- ❖ **Lent développement des unités de vente consommateurs** et surtout en 1^{er} prix. Les conditionnements plus qualitatifs demeurent une niche à l'exception de la 4^{ème} gamme



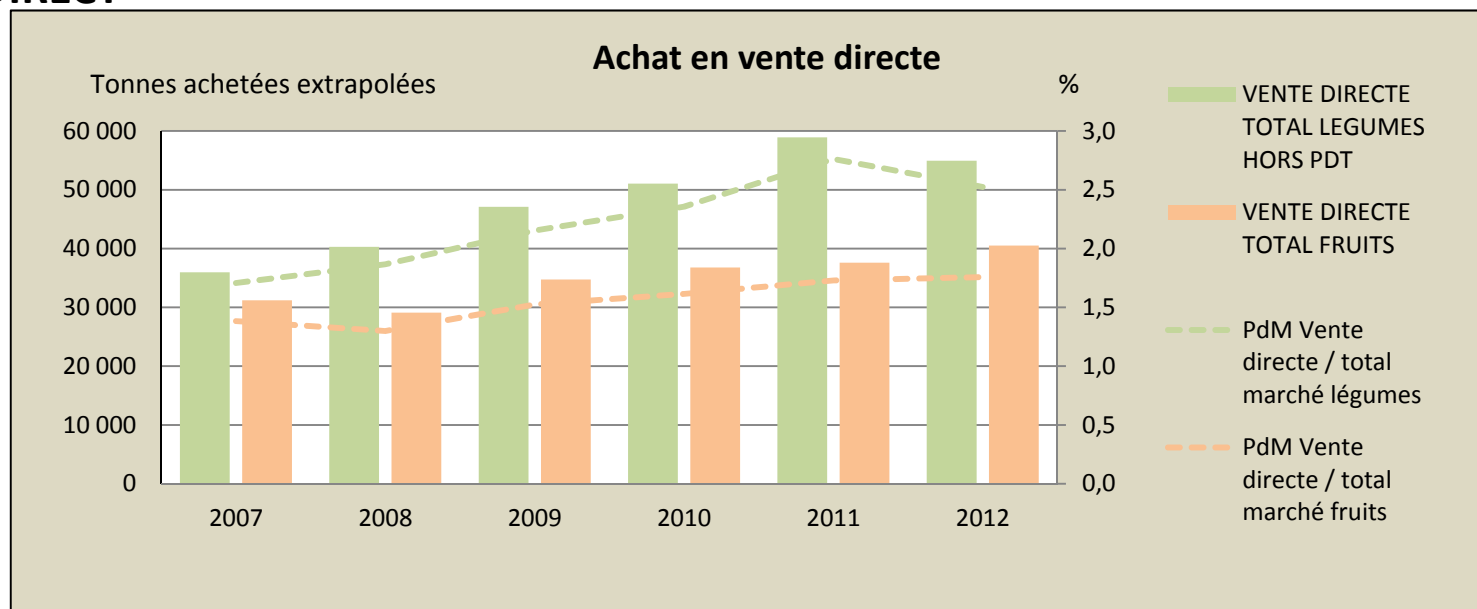
Des achats Bio et locaux qui progressent, jusqu'où ?

Source Kantar Worldpanel

LE BIO



LE LOCAL EN DIRECT





Tendances de la distribution

○ Grande Distribution

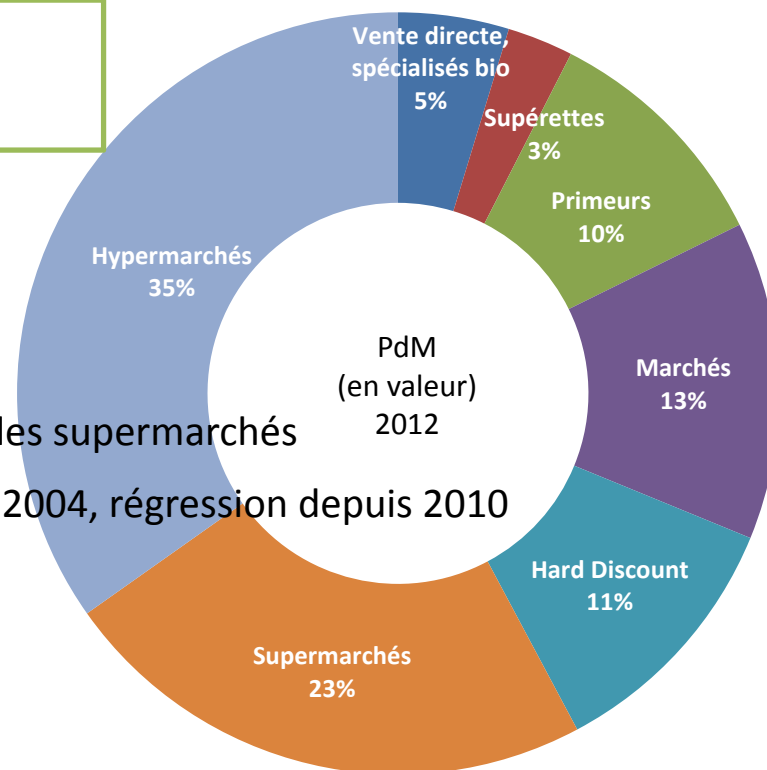
- Croissance du parc d'hypermarchés au détriment des supermarchés
- Hard Discount : après une montée en puissance -> 2004, régression depuis 2010
- Développement des formats de proximité
- Internet et Drive (limité en F&L)

○ Primeurs et Marchés

- Poids des marchés s'érode. Clientèle vieillissante
- Apparition et développement des **Grandes Surfaces Frais**. Public plus jeune

○ Circuits courts et ventes directes

- Développement de nombreuses modalités: points de vente producteurs, paniers, AMAP
- Contraintes de disponibilité selon région de production et conditions d'achat pour la clientèle
- Achat direct par la Grande Distribution : A la recherche de producteurs





Enjeux de la filière pour la consommation des Fruits et Légumes

- **Favoriser l'accessibilité au niveau**
 - des circuits
 - des repères d'achat tangibles
 - des usages (conservation, préparation)
 - **Répondre aux attentes**
 - sur le plaisir, le goût
 - sur l'innovation (segmentation)
 - sur des produits sains, respectueux de l'environnement
 - sur l'origine France, le local
- ➔ notamment pour conquérir et fidéliser la cible des jeunes, consommateurs de demain

Ctifl



Merci de votre attention

