

avril 2017

veille économique agricole

CERFRANCE 

LETTRE N° 47

- | | | | |
|----|-----------------|----|-------------------|
| 01 | Pommes | 04 | Pomme de terre |
| 02 | Pommes club | 05 | Légumes industrie |
| 03 | Fruits à noyaux | 06 | Légumes bretons |

édito

Fruits et légumes : le marché est et reste la clé pour les producteurs.



Marc VARCHAVSKY
mvarchavsky@cn.cerfrance.fr

Dans les 30 dernières années une filière agricole a suivi un chemin bien différent des autres filières : les Fruits et Légumes ont été confrontés directement au marché bien avant les grandes cultures et le lait.

C'est un peu un laboratoire de l'effet du marché sur la production agricole. Le constat est violent et les années 2000 ont vu les productions françaises de fruits, de salades et de légumes frais de plein champ décliner par manque de compétitivité vis-à-vis des concurrents européens et notamment espagnols. De nombreuses entreprises ont disparu.

Aujourd'hui, un nouveau contexte économique redonne espoir à ce secteur : le deuil d'une période ancienne a été fait et l'organisation des marchés est devenue une réalité dans ce secteur avec des acteurs fortement structurés pour mettre en marché les productions françaises. Cette nouvelle donne permet un dialogue économique avec la grande distribution moins déséquilibré, surtout qu'il se conjugue avec une demande des consommateurs de produits locaux.

Ce constat n'est pas homogène pour toutes les productions de fruits et légumes mais la tendance est là et l'espoir renaît. La clé pour transformer l'essai sera l'innovation (variétés, marketing). C'est ce qui a permis à la noisette, la tomate et la fraise française de sortir de la banalisation. Pour les pommes et les pommes de terre en frais c'est aussi le cas. Mais c'est une course sans fin : il faut toujours avoir un coup d'avance car l'innovation, cela se copie !

Et les politiques publiques ? Sont-elles vouées à seulement gérer le retrait et les assurances sur aléas ? Non, bien sûr : beaucoup moins visibles que des aides directes aux surfaces, des budgets existent et encouragent les investissements productifs, le marketing et l'innovation. Citons par exemple, les programmes opérationnels ou les aides à la rénovation du verger. Leur effet est bien réel.

Par le passé la France a perdu des volumes ; aujourd'hui on constate une stabilisation ; grâce à la recherche de valeur ajoutée, des perspectives s'ouvrent pour les fruits et légumes aussi bien sur le marché national (circuit court et circuit long ; bio et raisonné...) que sur l'export pour le haut de gamme. L'avenir n'est jamais écrit d'avance, le contexte bouge (technologies, demandes du marché, organisation de la distribution...) : il y a toujours des opportunités à saisir.

01. Pommes

L'état sanitaire à la récolte a été excellent grâce au climat relativement sec d'automne.

Des perspectives porteuses d'espoir

Suite à une campagne de commercialisation 2015-2016 correcte, la campagne de commercialisation 2016-2017 est favorablement orientée. Le rebond de chiffre d'affaires de l'année précédente pourrait se consolider sur la campagne en cours. En effet, malgré un recul de la production, les cours sont soutenus.

Hétérogénéité de la qualité de production suite à la succession des événements climatiques

À la fin de l'année 2016, les différents experts de la filière s'accordent sur une estimation de la production nationale française proche de 1,5 million de tonnes. Ce niveau est en léger recul par rapport à 2015, de l'ordre de 6 %. Les niveaux de rendements sont plus ou moins affectés selon les variétés. Ainsi la production de Granny serait particulièrement concernée par la baisse (-17 % sur un an).

Cette baisse de production s'accompagne globalement d'une grande hétérogénéité des calibres et donc des rendements selon les variétés. Cette variabilité trouve son origine dans les événements climatiques exceptionnels qui se sont succédé depuis le printemps: floraison défectueuse et retard de végétation, puis canicule estivale et sécheresse de fin d'été. La canicule a entraîné une réduction des calibres. Néanmoins, l'état sanitaire à la récolte a été excellent grâce au climat relativement sec d'automne.

Pour rappel, voici les statistiques de production des années précédentes, ainsi que la répartition par bassin de production :

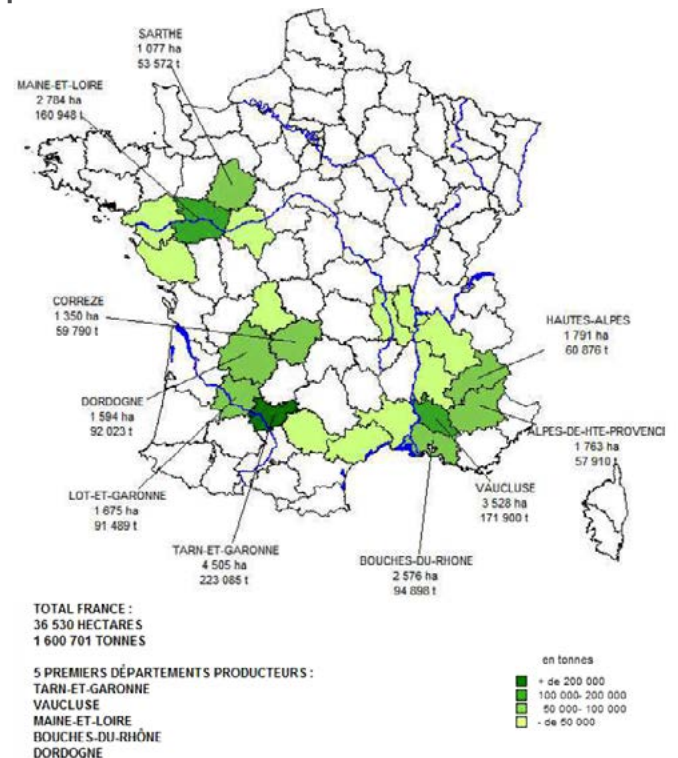
Surfaces en production de pommes de table en France de 2011 à 2015 (en ha)

2011	2012	2013	2014	2015
41 865	41 050	39 508	37 236	36 530

Production récoltée de pommes de table en France de 2011 à 2015 (en tonnes)

2011	2012	2013	2014	2015
1 858 871	1 382 891	1 737 472	1 531 615	1 600 701

Répartition de la production française de pommes de table en 2015



Source: Agreste - élaboration FranceAgriMer.

Ces deux récoltes successives (2015 et 2016) redonnent donc de l'espoir aux producteurs.

Des perspectives de commercialisation favorables

Lors de la campagne précédente, de septembre 2015 à juillet 2016, le chiffre d'affaires national gagne 15 % sur un an. Cette hausse de chiffre d'affaires est particulièrement marquée par rapport à la campagne 2014-2015, dont la faible production avait pesé sur les trésoreries des exploitations. Ce rebond du chiffre d'affaires s'explique par une hausse sur un an à la fois des quantités produites (+5 %) et des prix.

En août 2016, le marché était particulièrement assaini avec des stocks très faibles. La demande sur le marché intérieur s'est bien activée dès Octobre, alors que les exportations ont été soutenues. Les cours de début de campagne sont supérieurs de 9 % à la moyenne 2011-2015.

Le commerce a marqué la pause habituelle des fêtes de fin d'année liée à la concurrence des agrumes et fruits exotiques et à la fermeture des stations.

L'activité se redynamise en ce début d'année notamment en direction du grand export. Le marché français est plus lent malgré un petit courant d'affaires régulier. Enfin, quelques sorties sont à noter vers l'Angleterre et la Belgique. La moyenne des cours est supérieure de 11 % par rapport à celle des 5 dernières années pour Golden et pratiquement identique pour Gala.

Ces deux récoltes successives (2015 et 2016) redonnent donc de l'espoir aux producteurs. La stratégie de différenciation, plutôt orientée vers le haut de gamme (variétés club et mode de production) est récompensée.

Poursuite des investissements en communication

La filière reste cependant vigilante sur les éléments extérieurs qui pourraient troubler l'écoulement des pommes françaises: le marché européen et mondial ainsi que les attaques potentielles des associations et médias, critiques face à l'utilisation des pesticides.

Les récoltes européennes, en baisse de 3 % par rapport à l'année dernière, devraient atteindre les 12 millions de tonnes. Pour autant, c'est bien la Pologne (premier producteur européen) qui est particulièrement observée. Celle-ci devrait voir sa production augmenter de 4 %. Ces pommes supplémentaires pourraient venir encombrer le marché, créant une tension sur les prix.

Autres craintes qui pourraient peser sur l'équilibre offre/demande, ce sont le poids des associations environnementales ou les reportages des médias, qui mettent un doute aux consommateurs et pourraient peser sur la consommation intérieure.

Face à ces risques, la filière poursuit sa communication pour vanter les efforts réalisés ces dernières années comme la démarche sur le label « Vergers écoresponsables » lancé il y a cinq ans: opération vergers ouverts, média training pour les pomiculteurs, présence renforcée sur les réseaux sociaux, supports de communication à mettre en avant sur les lieux de ventes...



Fabien BARRABÉ
fbarrabe@47.cerfrance.fr

02.

Pommes club

Le verger français a été fortement restructuré ces dix dernières années.

Les variétés club poursuivent leur implantation

Dans un contexte mondial d'augmentation des surfaces et des tonnages de la pomme, le verger français a été fortement restructuré ces dix dernières années avec près de 20 % de surfaces en moins. Néanmoins la production française tend à se stabiliser ces cinq dernières années autour de 1500 000 à 1600 000 tonnes. Pour développer la valeur ajoutée, la gamme de variétés s'est élargie avec le développement des variétés club, variétés qui représentent 12 % des volumes produits en France.

Les variétés historiques restent dominantes

Les différents types de climats et les terroirs de la France permettent une production de pommes qualitative, quantitative et très diverse avec de nombreuses variétés différentes. La période de récolte s'étend de début juillet à mi-novembre selon les régions et les variétés. La commercialisation se poursuit bien au-delà de la cueillette, avec des durées de stockage variables selon les variétés: si la Reine des Reinettes ne se conserve pas au-delà d'octobre-novembre, d'autres variétés telles la Golden Delicious, l'Idared, la Fuji peuvent se conserver jusqu'en mai ou plus, sous certaines conditions de température et d'hygrométrie. Les principales variétés de pommes cultivées en France sont Golden Delicious (34 % de la production française), Gala (16 %), Granny Smith (12 %), et Braeburn (6 %).



Mais une gamme de variétés qui s'élargit avec la mise en place des variétés « club »

Depuis le début des années 2000, ces variétés historiques ont vu leur volume diminué au profit de nouvelles variétés dites « variétés club ». Celles-ci connaissent un fort développement, de 1 % des volumes en 2002, elles atteignent plus de 12 % des volumes produits aujourd'hui sur le territoire français. Le but recherché est d'obtenir une meilleure tenue des cours et une plus-value financière sur le produit. L'amont et l'aval sont liés par un système de licences et de contrats, ce qui permet de mieux MAÎTRISER les volumes sur un segment donné.

Le but est une plus-value financière sur le produit.

La prévision de récolte 2016 en France (en milliers de tonnes)

Variétés	Fin juillet 2016	Rappel 2015	Rappel 2014	Rappel 2013	Rappel 2012
Ariane	20 000	21 000	23 000	24 000	18 000
Belchard	48 000	54 000	48 000	52 000	37 000
Boskoop	14 000	16 000	15 000	10 000	4 000
Braeburn	89 000	87 000	73 000	94 000	61 000
Caméo	1 000	1 000	1 000	2 000	1 000
Canada	40 000	48 000	43 000	46 000	23 000
Choupette	6 000	4 000	3 000	3 000	2 000
Elstar	25 000	27 000	21 000	22 000	14 000
Fuji	48 000	69 000	43 000	65 000	44 000
Gala	290 000	322 000	263 000	270 000	226 000
Golden	445 000	474 000	441 000	507 000	336 000
Goldrush Delisdor	6 000	7 000	6 000	7 000	
Granny	162 000	162 000	139 000	169 000	147 000
Honey Crunch	13 000	16 000	15 000	14 000	13 000
Idared	7 000	6 000	6 000	10 000	4 000
Jazz	18 000	19 000	17 000	15 000	12 000
Jonagold	40 000	44 000	25 000	23 000	6 000
Joya	7 000	6 000	7 000	8 000	6 000
Pink Lady	145 000	144 000	129 000	102 000	78 000
R. Reinettes	14 000	18 000	14 000	12 000	11 000
Rouges	48 000	55 000	49 000	59 000	47 000
RubINETTE	6 000	5 000	5 000	6 000	
Tentation	8 000	6 000	8 000	7 000	6 000
Autres	64 000	63 000	50 000	49 000	73 000
TOTAL	1 564 000	1 674 000	1 444 000	1 576 000	1 169 000

Sources: congrès Prognosfruit 2016.



Fabien BARRABÉ
fbarrabe@47.cerfrance.fr

En magasin, les pommes « club » doivent clairement bénéficier d'un soin attentif.

L'arrivée d'une variété « club » est étudiée pour correspondre aux attentes des clients, des producteurs et des distributeurs.

Pépiniéristes, producteurs et metteurs en marché se regroupent au sein de clubs dont la mission est d'asseoir la notoriété de leur produit par des actions marketing puissantes. Le développement des ventes s'effectuant autour d'une stratégie commerciale concertée. En magasin, ce dynamisme se traduit par la présence en rayon de publicité sur le lieu de vente, de fiches recettes, de dégustations, etc. Le nom, l'emballage et le visuel de cette pomme « club » doivent être reconnaissables et identifiables par le client. Elle doit donc être présente quasiment toute l'année sur les étals. Ainsi, la variété choisie doit pouvoir être à la fois cultivée et commercialisée dans l'hémisphère Nord et dans l'hémisphère Sud. En magasin, les pommes « club » doivent clairement être balisées et bénéficier d'un soin attentif afin d'optimiser leur valeur ajoutée comparée aux variétés classiques.

Pink Lady est le club qui bénéficie de la plus grande notoriété et des plus grands volumes de production avec 145 000 tonnes en 2016 loin devant des variétés comme Honey Crunch, Ariane, Tentation et Caméo où la production est plutôt de l'ordre de 5 000 à 20 000 t.



Néanmoins, ces variétés club peuvent être cultivées et commercialisées par plusieurs groupes et dans plusieurs pays. La consommation française est en augmentation mais il serait intéressant de l'étudier plus en profondeur, et notamment le solde extérieur d'échanges avec nos voisins européens. L'intérêt pour la filière française est d'assurer un maximum de volumes produits sur son territoire, pour capter au maximum la valeur ajoutée par la mise en place de cette démarche. La rénovation du verger français reste donc un axe stratégique fort pour les producteurs, car les belles réussites de ces dernières pourraient susciter de nouvelles ambitions également chez d'autres producteurs européens.



Fabien BARRABÉ
fbarrabe@47.cerfrance.fr

03. Fruits à noyaux

En pêches nectarines, 50 % de diminution des superficies depuis les années 2000.

Pêche-nectarine, abricot. Un nouveau souffle ?

Des contraintes toujours très fortes

Comme dans toutes les activités avec des cultures pérennes, la première exigence est celle des **capitaux**, en verger comme en station, avec la nécessité d'anticiper sans cesse le renouvellement des plantations dont le coût approche les 25 k€ par ha avant la pleine production (5^e année).

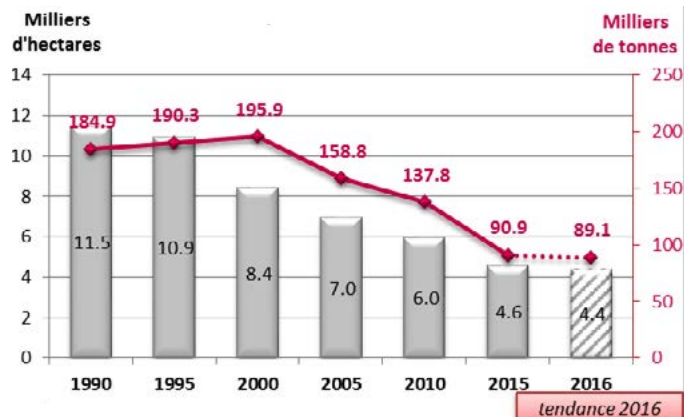
Le coût **main-d'œuvre** représente plus de 50 % des charges annuelles, soit en cumulant verger et station 15 à 20 k€ par ha et par an. C'est le double de ce que connaît notre principal concurrent l'Espagne. Au-delà du coût, les exploitations sont également confrontées à la difficulté de trouver de la main-d'œuvre à tous les niveaux (saisonniers, permanents, encadrement.)



Les **aléas climatiques et phytosanitaires** contrarient fortement l'avenir de certains vergers historiques notamment en Pyrénées Orientales et en vallée du Rhône.

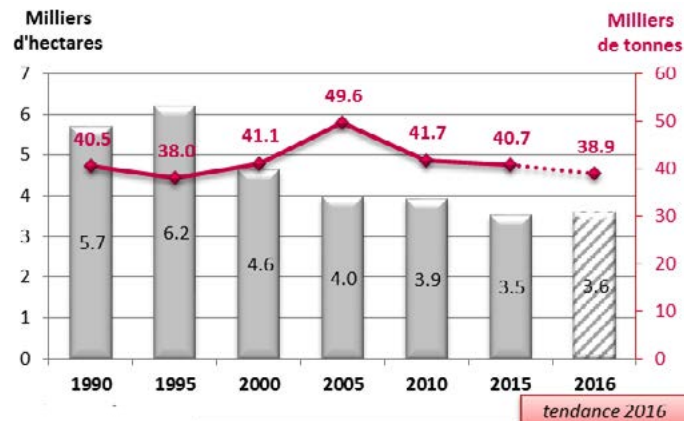
Ces contraintes se sont traduites par des crises successives qu'illustre le graphe ci-joint. Le verger s'est effondré notamment en pêches nectarines (50 % de diminution des superficies depuis les années 2000), rendant ainsi la production française inférieure à la consommation.

Pêches nectarines



Source: Agreste.

Abricots

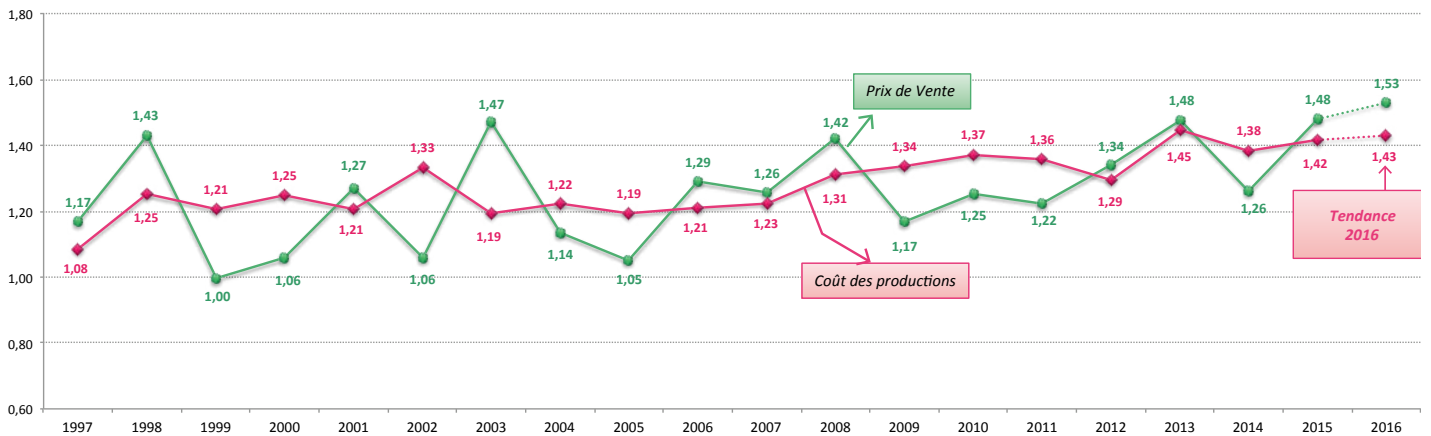


Source: Agreste.

Les opérateurs de mise en marché réussissent à regrouper des offres cohérentes avec les exigences de la grande distribution.

Évolution du prix de vente et du coût de production pêches-nectarines (en €/kg conditionné)

Départ logé d'un groupe significatif de metteurs en marché du Languedoc-Roussillon.



Source: Cerfrance Gard.

Néanmoins des atouts qui dominent en 2015 et 2016

Une accentuation du « **consommer français** » raffermi le marché intérieur dominé par la grande distribution (plus des deux tiers des ventes en France).

L'expérience douloureuse des crises a aguerri la profession dans la **maîtrise** des coûts, la maîtrise technique et dans **l'organisation commerciale**. Les opérateurs de mise en marché sont maintenant peu nombreux, et réussissent à regrouper des offres cohérentes avec les exigences de la grande distribution.

Les évolutions en marketing, packaging... sont permanentes (exemple: tendance des conditionnements en unités consommateurs...) et créatrices de valeur ajoutée.

En abricot notamment, un **enrichissement variétal** sans précédent permet une refonte du verger.

Et quand ils peuvent s'appliquer, les soutiens publics (CICE, abattements occasionnels, fonds opérationnels, aides plantations...) ont un effet significatif.

Aussi, sauf dans les cas d'aléas graves, **les résultats 2015 et 2016 sont favorables**, et la courbe des investissements suit celle des résultats. Il faut que cela puisse s'inscrire dans le temps, les ratios financiers étant encore fragiles (dans l'observatoire fruits national, encore 37 % de producteurs de pêches sont identifiés dans une trajectoire de « déclin » à fin 2015) mais désormais l'espoir est dans le verger.



Bernard ANTHÉRIEU
bantherieu@30.cerfrance.fr

04.

Pomme de terre

Pour la campagne 2017-2018 un des facteurs limitants est la disponibilité du plant.

Une production qui a le vent en poupe!

Depuis quelques années la pomme de terre est une production qui génère de bonnes marges pour les producteurs. Cette production traditionnellement située au nord de la France gagne peu à peu la Loire voire le sud de celle-ci. C'est une production exigeante et à risque.

Les exigences techniques

La pomme de terre demande une maîtrise technique de la plantation à la vente. La rotation est de préférence de quatre à cinq ans. Si cette rotation n'est pas respectée, les rendements baissent et le sol risque d'être infecté: nématodes, jambe noire entre autres.

Un suivi cultural précis est obligatoire, notamment pour le mildiou. Certaines années il faut traiter plusieurs fois par semaine pour juguler les maladies.



Les exigences financières

Le prix de vente de la pomme de terre est très variable, il peut aller de 25 € la tonne jusque 250 € de la tonne selon le marché et les variétés.

Pour la récolte 2016 les emblavements des pays du NEPG (North-Western European Potatoes Group) ont augmenté de 4.8 % par rapport à la campagne précédente et de 3.7 % par rapport à la moyenne des cinq dernières années. Si les rendements avaient été corrects le cours de la campagne 2016-2017 aurait été très bas, mais le climat de l'année 2016 a fait que le rendement a été médiocre. Le volume total mis en marché a baissé de 3.6 % par rapport à l'an dernier et par suite, les cours de cette campagne sont, au contraire, très favorables.

Après une bonne année il est tentant d'emblaver plus de surfaces que l'année précédente, voire d'inclure cette production pour la première fois dans sa rotation. De ce fait, lorsque les surfaces augmentent et si les rendements sont au rendez-vous, les cours peuvent être extrêmement défavorables. Sur les dernières années la marge brute a pu varier de 1600 € à 5400 €/ha.

Pour la campagne 2017-2018 un des facteurs limitants est la disponibilité du plant: les faibles rendements 2016 induisent donc peu de plants disponibles pour 2017.

Ajoutons que la production de plants est très réglementée: les plants de variétés protégées ne peuvent être produits que sous conditions de « royalties » aux détenteurs du certificat d'obtention végétale (COV).

La stratégie de commercialisation est essentielle.

Des contraintes de production spécifiques

Il faut ajouter que la production de pommes de terre demande des investissements importants en matériel, planteuse, buttoirs, pulvérisateur, débardeuse, bennes, trémies de réception, hangar de stockage isolé, ventilé, voire réfrigéré avec stockage en palloxs.

Pour faire face aux aléas et aux charges fixes, le chef d'entreprise doit prévoir une épargne de sécurité, correspondant à l'épargne disponible nécessaire pour redémarrer la campagne suivante après une mauvaise année.



Une stratégie commerciale

Pour les planteurs, et surtout les nouveaux planteurs la stratégie de commercialisation est essentielle.

Si le producteur souhaite sécuriser son revenu il peut souscrire des contrats avec des transformateurs industriels (dans les régions où ils sont présents). Le prix des contrats et les contraintes qui vont avec sont à examiner précisément. La production en frais étant très

spéculative, lorsque les prix sont élevés les contrats paraissent très contraignants; par contre l'année où le cours du frais est très bas, c'est une sécurité très appréciable.

La constance dans la stratégie est payante: soit contractualisation maximale pour limiter les risques, soit vente en frais mais il faut être prêt à assumer une ou plusieurs mauvaises années.

Actuellement les principaux acteurs industriels français comme belges ont tendance à augmenter le prix des contrats pour sécuriser leurs approvisionnements car la demande des consommateurs en produits transformés est croissante.

En conclusion

La pomme de terre est une production exigeante en technique, en trésorerie, et le mode de commercialisation doit être raisonné: contrat, libre départ en bout de champs, mise en marché collective... mais aussi quel produit pour quel type de consommation. Ces nombreux facteurs sont à intégrer dans la réflexion pour cette production



Patrick LEVEQUE

05. Légumes industrie

Une garantie de prix par hectare est fixée au contrat.

Quels enjeux ?

Ceux que l'on appelait autrefois « légumes de conserve » ont dû faire de la place aux surgelés et malgré ce renfort la production a tendance à décliner. Pourtant sur des exploitations céréalières ces productions sous contrat à prix fixé peuvent être un facteur de stabilité.

Les principaux légumes industriels au Nord de Paris sont les pois, haricots verts et flageolets. Ils sont une partie importante des assolements dans certaines régions agricoles. Ce sont des productions sous contrat avec les entreprises de transformation. Les enjeux principaux pour les exploitations sont au nombre de quatre.



Enjeux agronomiques

Ces légumes industriels, qui sont des légumineuses, ont un atout important dans la rotation, car ils occupent le sol sur une durée courte et laissent des reliquats azotés de par les nodosités de leurs racines. Les légumes occupent une place importante dans les équilibres agronomiques des exploitations spécialisées.

Enjeux temps de travail

Les légumes industriels demandent peu de temps de travail, la préparation du sol, le semis et les traitements sont à la charge du producteur, par contre la récolte est à la charge de l'industriel le temps de travail annuel pour l'exploitant est de l'ordre de 6 à 8 heures par hectare et par an.

Enjeux financiers

Les conditions de prix de vente sont fixées annuellement selon une grille de prix établie dans le contrat, en lien avec des normes de qualité, rendement, indice tendérométrique, calibrage des produits, etc.

Une garantie de prix par hectare est fixée au contrat. En effet les périodes optimales de récolte sont très courtes, deux à trois jours en pois, quatre à cinq jours en haricot. Si les conditions météorologiques sont défavorables, l'industriel ne peut récolter la totalité des champs, il doit « abandonner » certaines parcelles pour suivre la maturité des autres. Selon les contrats et les industriels une caisse de péréquation existe pour compenser ces pertes de récolte. Le principe de base est que le producteur victime de décisions qui ne lui appartiennent pas, telle que l'abandon de parcelle il est indemnisé sur la base d'une récolte moyenne.

En termes de marges brutes les résultats moyens sont honorables par rapport aux principales céréales. Les prix fixés campagne par campagne n'ont pas la même variabilité que peuvent avoir les céréales : ils constituent une certaine sécurité dans le revenu de l'exploitant.

Selon les besoins des industriels, les surfaces varient fortement en fonction des stocks.

Les acteurs en présence

Les transformateurs sont peu nombreux: trois industriels privés opèrent en France, dont un Belge, plus deux coopératives, et dans la région des hauts de France un autre collecteur belge de plus en plus présent.

Les usines sont implantées au cœur des zones de production.

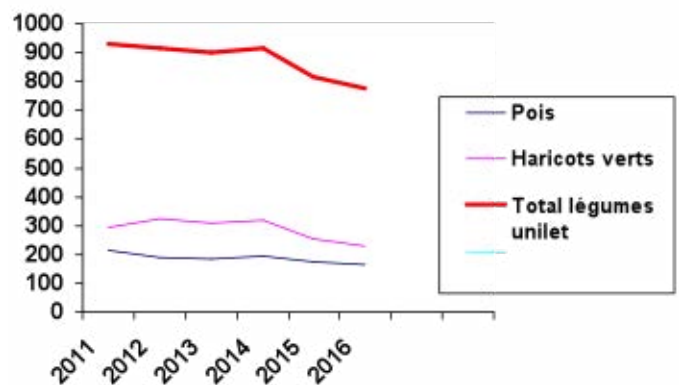


Les marchés

La production est contractualisée année par année: selon les besoins des industriels, les surfaces varient fortement en fonction des stocks et au gré des marchés gagnés ou perdus par l'industriel au niveau national ou international. Cette gestion est tamponnée par l'effet stock puisque les légumes

se « conservent »: l'effet report de stock modère les effets de campagne.

Le tableau ci-dessous résume pour les deux principaux légumes industriels et la totalité des légumes pour l'industrie (hors pommes de terre et maïs doux), l'effritement de la production liée à la demande, chiffres en 1000 tonnes.



Source: UNILET.

La consommation a tendance à diminuer régulièrement au profit des légumes frais ou de quatrième Gamme. Notons que le groupe Bonduelle vient de racheter aux USA une unité de production de salades en portions individuelles, Ready Pac Food, chiffre d'affaires de 760 millions d'Euros, ce qui démontre bien l'évolution de ce nouveau marché.



Patrick LEVECQUE

Seulement 40 % des surfaces de légumes industrie en Bretagne sont irrigués.

+ Légumes industrie en Bretagne

En Bretagne, les cultures de légumes destinés à l'industrie couvrent près de 21000 ha, soit 31 % des surfaces françaises, réparties dans quelques 1800 exploitations agricoles. Haricots, pois, épinards et flageolets représentent 87 % des cultures. Les producteurs se répartissent dans 3 Organisations de Producteurs, lesquelles alimentent les 9 usines de la région. En 10 ans, les surfaces de légumes industrie se sont réduites de 26 %. La concurrence avec les céréales, plus simples à mener techniquement et qui ont connu plusieurs années de prix élevés, est une des explications du phénomène. À cela s'ajoute le fait que dans la majorité des cas l'atelier légumes industrie est un atelier secondaire des exploitations, une diversification pour des producteurs qui

demeurent avant tout des éleveurs. Dans la moitié des fermes, l'atelier légumes se situe en 3^e position en termes d'importance économique. En outre, seules 40 % des surfaces sont irriguables. Cela constitue clairement un frein dans des secteurs géographiques régulièrement soumis à des épisodes de sécheresse. Alors que les producteurs vieillissent, la profession agricole bretonne cherche à redonner un souffle à ces productions.



Anne BRAS
abras@29.cerfrance.fr

Source : Étude chambres d'agriculture de Bretagne - UOPLI.



06. Légumes bretons

Chou-fleur, artichauts, échalotes, coco de Paimpol, sont les légumes les plus emblématiques.

La mue des légumes bretons

La production de légumes frais du nord de la Bretagne évolue et innove. Partis de 2 ou 3 légumes, les assolements intègrent désormais 5, 6 voire plus de 7 types de produits. Rentable, la conversion à l'agriculture biologique suscite l'intérêt d'un nombre grandissant de producteurs. La filière obtient la reconnaissance d'appellations d'origine et continue à avancer sur les questions de logistique et d'organisation économique des producteurs.

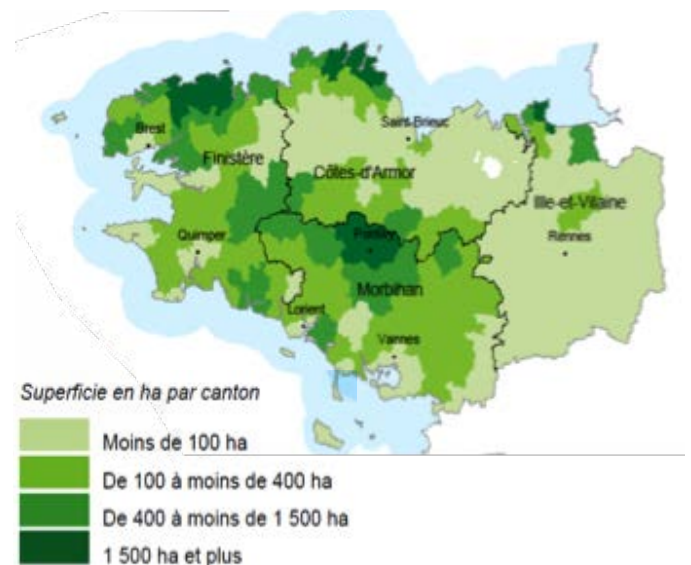
1^{re} région française pour les productions animales, la Bretagne est aussi une importante région légumière avec 20 % des surfaces nationales¹. Les légumes frais de plein champ dominent avec plus de 28000 ha cultivés par près de 2000 producteurs, spécialisés ou non. Les légumes de plein champ destinés à l'industrie (conserves et surgelés) couvrent autour de 21000 ha dans le centre et le sud de la région. Viennent ensuite les surfaces maraîchères de plein air pour quelques 1600 ha. La production sous serres (abris hauts) compte, elle, autour de 470 ha chauffés et 250 ha non chauffés.

Légumes frais au nord

Pour des raisons pédoclimatiques (sols riches, climat doux), les légumes frais sont historiquement produits sur le littoral nord de la Bretagne: dans la petite région finistérienne du Léon, autour des

villes costarmoricaines de Paimpol et Tréguier, en Ile-et-Vilaine aux environs de Saint-Malo et du Mont Saint-Michel. Chou-fleur, artichauts, échalotes, coco de Paimpol, sont les légumes les plus emblématiques. Si la production bretonne de chou-fleur est passée entre 1990 et 2015 de 350000 tonnes à moins de 250000 t, elle a dans le même temps vu sa part dans la production nationale grimper de 75 % à 85 %. Idem pour les artichauts, bretons à 78 %. La région produit également 50 % des échalotes françaises et 39 % des haricots à écosser. Elle a vu se développer la production de tomates, sous serres chauffées: de 8 % en 1989, la Bretagne produit aujourd'hui 36 % des volumes français.

Superficie de légumes frais et de pommes de terre en 2010 en Bretagne



N.B.: Les superficies de légumes représentées sur la carte comprennent: les parcelles sous serres ou sous abri haut, les parcelles en plein air consacrées au maraîchage, les parcelles en plein air destinées au marché du frais ou à la transformation et les surfaces cultivées en pommes de terre.

Source: Agreste, SSP, recensement agricole 2010.

1. Tableaux de l'agriculture bretonne 2015 - Agreste Bretagne - Draaf.

Le résultat économique par ha sur 5 ans des systèmes diversifiés est 20 % plus élevé que celui des systèmes traditionnels.

Dans le Finistère, les champs prennent des couleurs.

Les exploitations spécialisées dans les légumes frais de plein champ sont de plus grande dimension à l'est de la région: seulement 35 ha dans le Finistère contre 44 ha dans les Côtes-d'Armor et 63 ha en Ille-et-Vilaine. À l'inverse, c'est à l'ouest que le phénomène de diversification des assolements s'observe. Dans le Finistère, la palette de couleurs dans les champs s'étoffe: violet pour l'artichaut Cardinal, orange pour les potimarrons, potirons... Les légumes anciens refont surface. La diversité des assolements s'intensifie. Dans un tiers des exploitations spécialisées en légumes frais de plein champ, ce sont désormais six légumes et plus qui sont cultivés. Les assolements avec deux ou trois légumes ne représentent plus que 30 % des exploitations.

Le chou-fleur reste la culture qui domine en termes de surface: 17 ha de moyenne pour un total de 36 ha de légumes récoltés. C'est le cas dans les exploitations avec un assolement orienté sur des légumes dits « traditionnels »². C'est également vrai dans celles avec un système diversifié³. Mais dans ces dernières, le chiffre d'affaires réalisé en légumes traditionnels ne représente qu'un tiers du chiffre d'affaires total contre 90 % dans les exploitations en système traditionnel (clôtures du printemps 2016).

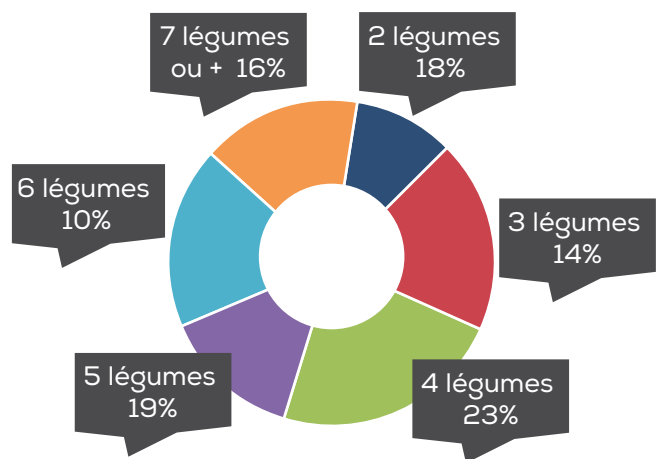
2. Système traditionnel: orienté sur la culture de chou-fleur, chou pommé, brocolis, artichaut globuleux et pommes de terre primeurs. Ces cultures représentent 90 % des surfaces et 90 % du chiffre d'affaires.

3. Système diversifié: des assolements très variés avec des productions en échalotes, salades, artichauts petits violets, potimarron et autres courges, légumes anciens, courgettes... Les légumes « traditionnels » ne représentent que 53 % des surfaces et 32 % du chiffre d'affaires (clôtures du printemps 2016).

En moyenne sur les 5 dernières années, le résultat par ha est supérieur de 20 % en système diversifié comparé au traditionnel. Par contre, la variation d'une année à l'autre est beaucoup plus marquée en diversifié. L'écart de résultat entre les meilleures et les moins bonnes années est de 1850 €/ha contre moins de 700 €/ha en traditionnel. La crise de l'échalote avec des prix très bas durant deux saisons en est la principale responsable. À côté de cela, d'autres productions font leur apparition et se développent. C'est le cas du potimarron ou des salades en contrat pour la 4^e gamme⁴. Les légumes anciens font aussi leur apparition. Ces productions se font souvent sur des surfaces relativement réduites. Elles peuvent apporter du chiffre d'affaires et un niveau de marge non négligeable. Les enjeux de la diversification se jouent à la fois au niveau du marché pour obtenir un prix rémunérateur et au niveau des producteurs pour maîtriser la conduite culturale et éventuellement s'assurer de la bonne conservation des légumes récoltés.

4. 4^e gamme: produits agricoles et préparations crues, prêtes à l'emploi.

Des assolements de plus en plus diversifiés

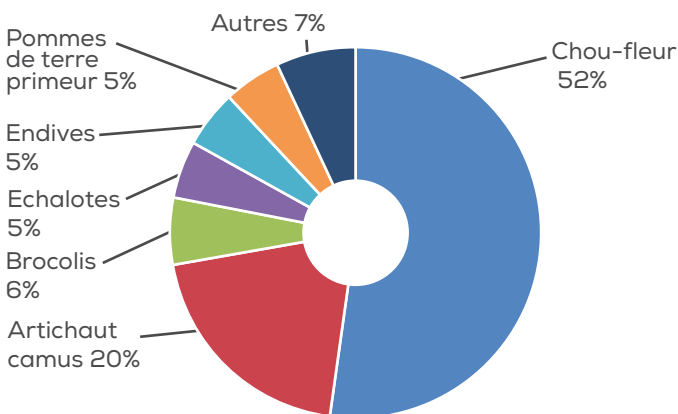


Source: Cerfrance Finistère.

La Bretagne cultive 20 % des surfaces de légumes bios françaises.

Dans le Finistère, la répartition des surfaces de légumes de plein champ évolue.

2000

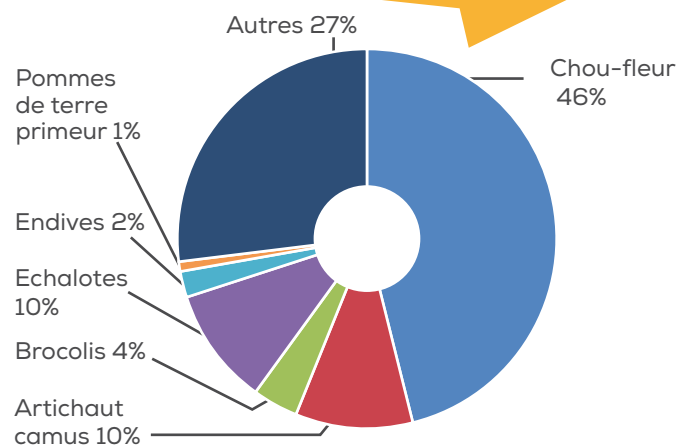


En 2000, les 6 légumes principaux couvraient 93 % des surfaces. Source: Cérafel.

La bio perce

La Bretagne est la 7^e région française en nombre de fermes bios: 2 308 au 30 juin 2016, représentant 6,7 % des fermes bretonnes. En tête des productions converties arrive le lait, activité dominante de 29 % des exploitations bio bretonnes. Les légumes suivent de près avec 25 % des fermes. La Bretagne cultive aujourd'hui 20 % des surfaces de légumes bios françaises. À côté des maraîchers qui mettent en valeur des surfaces allant de 1000 m² à quelques ha pour de la vente directe, se convertissent aujourd'hui des exploitations plus classiques de légumes frais. Les surfaces y sont plus conséquentes - en moyenne 35 ha pour les adhérents au Cerfrance Finistère - et la commercialisation est assurée par les Organisations de Producteurs (OP). Le nombre de producteurs bio est encore

2015



Autres: artichauts castels (10 %), artichauts petits violets (6 %), salades (5 %), Choux pommés (2 %), choux Romanesco (1 %)...

En 2015, ces légumes ne couvrent plus que 73 % des surfaces totales. Source: Cérafel.

limité, mais leurs résultats économiques, situés au niveau du quart supérieur des fermes de légumes conventionnels, encouragent d'autres à leur emboîter le pas. La plus-value sur les produits ne suffit pas à expliquer la bonne rentabilité. La technicité des producteurs est un élément déterminant.

Dans ce domaine, en bio comme en conventionnel, la profession légumière mise sur la recherche pour progresser. Deux stations expérimentales sont consacrées aux légumes frais: le Caté à Saint-Pol-de-Léon et le SECL à Pleumeur-Gautier (Côtes-d'Armor). Ce dernier est dédié aux légumes bios.

Segmentation des produits et amélioration des techniques culturales pour un meilleur respect de l'environnement sont des thèmes majeurs de travail; la baisse des coûts de production

Freshcoop, AOP associant OP bretonnes et OP belges-flamandes, est créé en 2012.

également avec en particulier l'enjeu main-d'œuvre, principal poste de charges. Les chantiers de plantation et de récoltes sont particulièrement gourmands dans ce domaine. Mécanisation et robotisation sont de plus en plus d'actualité pour tenter également de réduire la pénibilité du travail.

Mobilisée, la profession a obtenu la reconnaissance de deux appellations d'origine. L'AOP Oignon de Roscoff compte 90 producteurs et 2200 tonnes produites, celle du Coco de Paimpol, 256 producteurs pour 7850 tonnes récoltées. Les producteurs cherchent aujourd'hui à obtenir le label européen Spécialité Traditionnelle Garantie pour l'échalote de tradition plantée à la main. L'objectif est de la différencier de l'échalote de semis. Avec environ 40000 tonnes récoltées par an (dont 35000 t dans le Finistère), Bretagne et Val de Loire totalisent à elles seules 80 % de la production nationale et 65 à 70 % de la production européenne.



Un pont entre Bretagne et Belgique

L'organisation des producteurs est une des spécificités de la Bretagne légumière. Neuf exploitations de légumes frais sur dix sont adhérentes à une Organisation de Producteurs⁵. Dès leur naissance au début des années soixante, les OP bretonnes ont eu pour objectif d'adapter l'offre à la demande, d'abord en quantité, puis en qualité, afin de garantir des prix rémunérateurs pour les producteurs. Dans un contexte de marchés toujours plus européens, le bassin légumier breton cherche à se structurer à ce niveau géographique aussi. Fin 2012, la première Association d'Organisations de Producteurs (AOP) transnationale est signée par les légumiers bretons avec le bassin belge flamand. Freshcoop⁶ se donne pour objectif une meilleure connaissance des marchés, l'harmonisation des cahiers des charges et une coopération en termes de recherche et d'expérimentation.

Côté commercialisation, si les marchés au cadran inaugurés au début des années soixante, voient toujours passer plus de 80 gammes de produits, ils ne sont plus les seuls instruments en la matière⁷. Bureaux de vente, enchères à distance, contractualisation, les outils des OP bretonnes se diversifient, en fonction des demandes des acheteurs et de la nature des produits. Alors que certains légumes tels le chou-fleur imposent une commercialisation sans délai, d'autres comme le poireau peuvent attendre au champ.

5. Agreste Synthèses – Légumes – mars 2015 – n° 2015/260

6. Freshcoop est une AOP qui regroupe 3 OP françaises (Sica Saint-Pol-de-Léon, UCPT, Terres de Saint-Malo), l'AOP bretonne Cerafel, 3 OP belges (Diamant, Veiling Roeselare, Veiling Hoogstraten) et l'AOP belge Lava.

7. ABC Analyse et Perspectives – Édition 2016, Chambres d'Agriculture de Bretagne.

À la base: une organisation des producteurs très forte.

Légumes sur les rails

La Bretagne expédie une grande partie de ses légumes au-delà de la région et des frontières nationales. La moitié des choux-fleurs et brocolis sont exportés. Les ventes de légumes se font à 84 % avec l'Union européenne, en particulier avec l'Allemagne dont les achats couvrent à eux seuls 25 % de la valeur des exportations bretonnes de légumes. Pour la Bretagne, et en particulier son extrémité ouest particulièrement excentrée, le transport constitue une préoccupation majeure. À la fin des années 2000, une des OP, la Sica de Saint-Pol-de-Léon⁸, entreprend de renouveler son exploit des années soixante-dix. Elle est en effet à l'origine de la compagnie maritime Brittany Ferries, créée pour favoriser ses exportations de légumes outre-manche. L'entreprise constitue aujourd'hui le premier employeur de marins français et compte plus de 2000 salariés. Nouveau contexte, l'OP imagine une structure de fret ferroviaire, Combiwest, et lance une ligne régulière entre Rennes et Lyon. Cette fois, malgré le transport en 2015 de l'équivalent de 30 000 conteneurs de camions, l'aventure tourne court. Au printemps 2016 Combiwest est liquidée.

Mais, signe que l'initiative était porteuse, la société est reprise fin 2016 par l'entreprise de transport rennaise Montmur. Après seulement quelques mois d'arrêt, le transport rail-route reprend. Produits laitiers, salades et viande prennent de nouveau le train pour traverser l'hexagone.

La filière légumes frais bretonne travaille, depuis presque 60 ans, à innover dans tous les domaines: efficacité du travail, productivité des surfaces, segmentation des produits, modes de commercialisation, logistique... À la base de tout: une organisation des producteurs très forte mise en place au début des années soixante. Avec des productions extrêmement sensibles aux conditions climatiques, les crises n'ont pas totalement disparu, mais leurs effets en sont atténués. Et surtout, elles conduisent à repenser et adapter l'organisation du système en permanence pour toujours progresser.



Anne BRAS
abras@29.cerfrance.fr

8. Organisation de producteurs regroupant 900 exploitations agricoles.



Conseil National du réseau CERFRANCE

18 rue de l'Armorique 75015 PARIS
Tél. + 33 (0) 1 56 54 28 28 Fax. + 33 (0) 1 56 54 28 29
www.cerfrance.fr

Directeur de la publication: Christophe Lambert

Directeur de la rédaction: Philippe Boulet

Rédacteur en chef: Marc Varchavsky

Membres du comité de rédaction: Fabien Balzeau, Fabien Barrabé, Philippe Boulet, Anne Bras, Christine Huppert, Thierry Lemaître, Jacques Mathé, Jean-Yves Morice, Martine Poupard, Pierre-Gérard Pouteau, Marc Varchavsky, Nathalie Velay.

Réalisation: Les P'tits Papiers

Crédit photo: © Fotolia