



CCN N 3233

Prospective des métiers Branche des expéditeurs exportateurs de fruits et légumes

Présentation des facteurs d'évolution
Décembre 2009



Cette étude a été réalisée à l'initiative des partenaires sociaux de la
branche de l'expédition – exportation de fruits et légumes.

Secrétariat de la CPNEFP : ANEEFEL

60, rue du Faubourg Poissonnière
75010 PARIS

Tél : 01.45.23.91.90 Fax : 01.45.23.91.91



Prospective des métiers

Convention Collective Nationale des expéditeurs – exportateurs de fruits et légumes (CCN N°3233)

Les objectifs de l'analyse prospective

Les facteurs d'évolution identifiés : approche par type de facteur

Les facteurs d'évolution identifiés : approche du système « expédition exportation de fruits et légumes »

Les facteurs réglementaires

- Facteur R 1 : Evolution de la réglementation environnementale, notamment sous l'impulsion du « Grenelle de l'Environnement »
- Facteur R 2 : Disparition à l'échelon européen de la plupart des normes de commercialisation
- Facteur R 3 : Nouvelle organisation commune des marchés et évolution de la Politique Agricole Commune

Les facteurs économiques

- Facteur E 1 : Evolution des comportements alimentaires et des consommations de produits alimentaires
- Facteur E 2 : Evolution des circuits de distribution des fruits et légumes
- Facteur E 3 : Evolution de la production de fruits et légumes
- Facteur E 4 : Recherche d'optimisation des circuits logistiques
- Facteur E 5 : Développement des échanges internationaux de fruits et légumes
- Facteur E 6 : Incitation des pouvoirs publics au développement des circuits de proximité
- Facteur E 7 : Evolution des pratiques de la grande distribution en matière de développement durable

Les facteurs démographiques et organisationnels

- Facteur DO 1 : Organisation des reprises d'entreprises et développement en continu des opérations de croissance externe

Remerciements

Bibliographie



Les objectifs de l'analyse prospective

La branche de l'expédition exportation de fruits et légumes se trouve à une période charnière de son développement. En effet, l'environnement concurrentiel dans lequel les producteurs de fruits et légumes exercent leurs activités se renforce considérablement, obligeant ces derniers à fournir des efforts importants afin de maintenir leurs parts de marché et les expéditeurs exportateurs à accompagner ces efforts et à renforcer la valeur-ajoutée qu'ils apportent à leurs fournisseurs.

Au même moment, des évolutions majeures touchent également très directement depuis plusieurs années l'activité des entreprises et des salariés de la branche :

- renforcement des exigences des clients (volumes, méthodes et types de conditionnement, stockage des produits, livraisons, respect de préoccupations environnementales, ...),
- développement des investissements en matière d'environnement, d'hygiène, de qualité et de traçabilité,
- informatisation des opérations de tri et de calibrage,
- modernisation des équipements d'infrastructure comme les chambres froides*, ...

Ces évolutions sont déterminantes pour les entreprises de la branche, dont 77 % sont des entreprises de moins de 10 salariés et qui expriment pour 20 % d'entre elles des difficultés de recrutement**.

L'Observatoire Prospectif des Métiers et des Qualifications de la branche a donc souhaité que soit conduite une analyse prospective lui permettant d'identifier les évolutions des métiers du secteur afin de les anticiper et de les accompagner dans les meilleures conditions possibles.

La finalité de cette démarche est d'élaborer un diagnostic partagé au niveau de la branche sur les tendances d'évolution des métiers et d'analyser les besoins en compétences ou en évolution professionnelle qui en découlent :

- quelles tendances d'évolution globale des métiers : métiers en émergence, métiers en développement ou en diminution du point de vue des effectifs, métiers en transformation, ... ?
- quelles tendances d'évolution des activités et des compétences requises pour les métiers en transformation ?
- quels profils et quelles principales compétences requises pour les métiers en développement et en émergence ?

Conduire une telle analyse suppose dans un premier temps d'identifier les facteurs clés d'évolution susceptibles d'avoir un impact sur les activités des entreprises de la branche et par conséquent sur les besoins en compétences de leurs salariés.

* Source ANEEFEL

** Source : Bilan de l'emploi et de la formation CCN 3233, OCI, 2006



Les objectifs de l'analyse prospective

Plusieurs types de facteurs sont examinés :

- **facteurs économiques** : contexte concurrentiel, évolution des marchés, ...
- **facteurs réglementaires** : réglementation touchant les échanges internationaux, les exigences en matière d'hygiène, de sécurité, de traçabilité des produits, d'environnement,
- **facteurs organisationnels** : évolutions dans les organisations des entreprises, mise en place ou développement de démarches qualité, ...
- **facteurs démographiques** : caractéristiques démographiques des salariés, des dirigeants d'entreprise, ...

Ces facteurs peuvent être externes au secteur (évolution de la politique agricole commune, des comportements d'achat des consommateurs vis-à-vis des fruits et légumes frais) ou internes (prises de participation interentreprises pour assurer la reprise d'activités ou atteindre une taille critique par exemple).

Pour chaque facteur identifié, seront examinés les points suivants :

- **Définition du facteur** : de quoi s'agit-il ?
- **Situation au cours des dernières années**, selon des horizons temporels différents en fonction des facteurs concernés
- **Situation actuelle et à venir.**

L'impact sur les activités des entreprises sera analysé de la manière suivante :

- Tendances lourdes liées à ces facteurs d'évolution,
- Incertitudes majeures devant être appréhendées par les expéditeurs exportateurs de fruits et légumes,
- Impacts potentiels sur les activités des entreprises d'expédition exportation de fruits et légumes compte tenu des tendances lourdes liées à ces facteurs d'évolution

Cette étude est réalisée conjointement par CG Conseil et le Centre Technique Interprofessionnel des Fruits et Légumes pour le compte de la Commission Nationale Paritaire de l'Emploi des expéditeurs et exportateurs de fruits et légumes, en étroite relation avec les professionnels de la branche.



Les facteurs d'évolution identifiés : approche par type de facteur

Facteurs réglementaires

- R1 - Evolution de la réglementation environnementale, notamment sous l'impulsion du « Grenelle de l'Environnement »
- R2 - Disparition à l'échelon européen de la plupart des normes de commercialisation des fruits et légumes
- R3 – Organisation commune des marchés et évolution de la PAC

Facteurs économiques

- E1 - Evolution des comportements alimentaires et des consommations en produits alimentaires
- E2 – Evolution des circuits de distribution des fruits et légumes
- E3 – Evolution de la production de fruits et légumes (taille et nombre de producteurs, stratégie de développement, ...)
- E4 - Recherche d'optimisation des circuits logistiques
- E5 - Mondialisation et développement des échanges internationaux de fruits et légumes
- E6 - Incitation des pouvoirs publics au développement des circuits de proximité
- E7 - Evolution des pratiques de la GMS en matière de développement durable

Facteurs démographiques et organisationnels

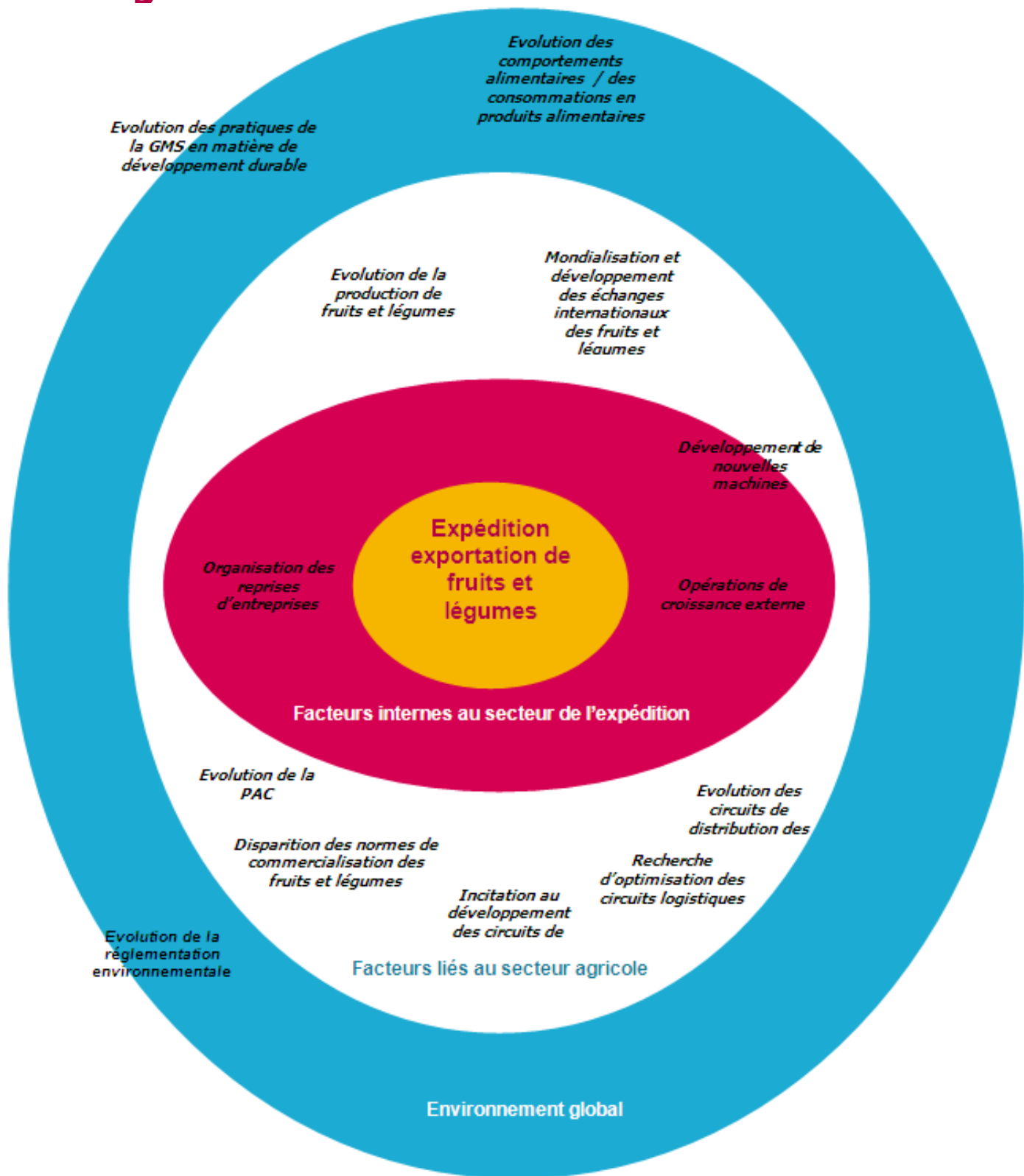
- DO1 - Organisation des reprises d'entreprises et développement continu des opérations de croissance externe
- DO2 - Opérations de croissance externe (fusions, acquisitions, ...)

Facteurs technologiques

- T1 - Développement de nouvelles machines (conditionneuses, calibreuses, tri automatique, outils d'agréage)

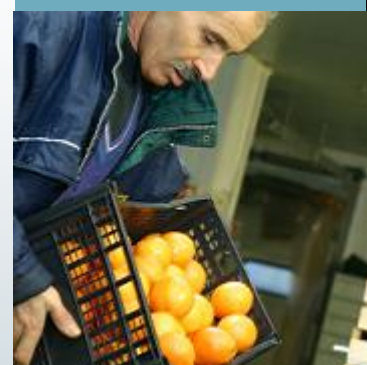


Les facteurs d'évolution identifiés : approche du système « expédition exportation de fruits et légumes »





Les facteurs réglementaires





Facteur réglementaire 1 : Evolution de la réglementation environnementale, notamment sous l'impulsion du « Grenelle de l'environnement »

Définition du facteur

Le lancement d'un affichage environnemental destiné aux consommateurs pour le 1er janvier 2011 a été annoncé comme une suite du Grenelle de l'environnement.

Des évolutions importantes sont envisagées pour renforcer la qualité environnementale des productions agricoles. Le projet de loi de programmation relative à la mise en œuvre du Grenelle de l'environnement dit « Grenelle 1 » envisage également d'imposer aux entreprises de plus de 500 salariés de réaliser leur bilan carbone et de mettre en place des plans d'amélioration.

Il fixe également les grandes orientations des politiques publiques en matière de protection de l'environnement. Ce projet de loi a été voté par l'Assemblée Nationale le 21 octobre 2008 et par le Sénat le 10 février 2009. Le projet de loi d'engagement national pour l'environnement, dit « Grenelle 2 », traduit par des mesures opérationnelles les objectifs fixés dans le cadre du « Grenelle 1 ». Il a été présenté en Conseil des Ministres le 7 janvier 2009.

Une taxe carbone portant sur les consommations de combustibles est également en cours de réflexion.

Situation au cours des dernières années

- Pas d'affichage environnemental en magasin,
- Pas d'obligation de réalisation d'un bilan carbone,
- Pas de taxe carbone,
- Un durcissement progressif des contraintes réglementaires en matière d'utilisation de produits phytosanitaires en agriculture,
- Le développement progressif par les pouvoirs publics d'une politique de l'eau.

Situation actuelle / à venir

Les obligations ou les mesures issues du Grenelle de l'environnement pourraient être mises en œuvre à court terme et peser fortement sur les acteurs du monde agricole.

Un affichage environnemental sur les produits alimentaires

Dans le projet de loi « Grenelle 1 », l'amélioration de l'information sur le coût écologique des échanges constitue l'une des trois lignes directrices identifiées pour parvenir à une croissance sobre en carbone. L'objectif, à terme, est de prendre en compte le coût des émissions de gaz à effet de serre dans le prix des biens et des services.



De la même manière qu'une étiquette environnementale est désormais apposée sur les appareils électroménagers, la démarche impulsée dans le cadre du Grenelle de l'environnement ira dans le sens d'une apposition sur les produits issus de l'agriculture d'une information sur la fabrication du produit à l'attention du consommateur, à savoir ses impacts environnementaux et sa traçabilité. Cet affichage sera apposé sur le lieu de vente, donc directement accessible au consommateur.

La mise en œuvre d'une telle mesure suscite de nombreuses interrogations dans le secteur des fruits et légumes, dans lequel les produits sont très nombreux et les modes de production très diversifiés. De plus, l'affichage environnemental relatif aux produits de grande consommation en France devrait être particulièrement délicat puisque la France, contrairement à de nombreux autres pays, a décidé de ne pas se limiter à la seule « empreinte carbone ».

Elle souhaite en effet communiquer sur plusieurs impacts environnementaux et a défini à cet effet plusieurs enjeux environnementaux - dont le mode de calcul des indicateurs reste à préciser. Trois des cinq catégories d'impact suivantes seront retenues pour l'ensemble des produits agricoles :

- **l'effet de serre,**
- **l'eutrophisation des eaux,** c'est-à-dire mesure de l'effet des engrais azotés et phosphatés sur le développement des algues vertes qui asphyxient les milieux aquatiques et modifient la faune et la flore,
- **l'impact sur la biodiversité,** c'est-à-dire l'évaluation des impacts de la production agricole sur la faune et la flore dans les exploitations et dans leur environnement immédiat,
- **la consommation et la qualité de l'eau,**
- **la toxicité** liée à l'utilisation de produits phytosanitaires.

Les indicateurs seront lorsque cela est possible évalués par « l'analyse du cycle de vie ». D'autres indicateurs pourront être proposés si nécessaire.

Se posera également la question de la lisibilité des données mises à disposition pour les consommateurs, qui auront à appréhender une information très dense, comprenant, le cas échéant, des éléments sur leur propre empreinte écologique lorsqu'ils se déplacent pour se rendre dans les magasins... Or la clarté des informations communiquées aux consommateurs constitue l'une des préoccupations de la grande distribution. Il apparaît que l'affichage environnemental défavorise, dans certains cas, les produits issus de l'agriculture biologique, qui ont des besoins accrus en surface cultivable et en eau.

Quelles que soient les options et méthodes de calcul retenues, la mesure aura probablement un impact sur les professionnels de l'agriculture et de l'industrie agro-alimentaire, qui chercheront à ce que leurs produits soient mieux positionnés que ceux de leurs concurrents d'un point de vue environnemental. Parmi les producteurs et les expéditeurs de fruits et légumes, certains s'intéressent déjà à cela et cherchent à intégrer à leurs pratiques des démarches de progrès allant dans ce sens.

Par ailleurs, la question de la comparaison des produits entre eux et des méthodes de calcul utilisées se pose. L'ADEME a le projet de constituer une base de données nationale et publique présentant les impacts environnementaux d'un ensemble de denrées par type de produit.



Les familles professionnelles concernées sont sollicitées pour conduire les études permettant de calculer ces impacts. Le système reposerait en effet sur une mise à disposition du résultat des études conduites par moyenne sur des produits types, à charge pour les entreprises souhaitant des résultats plus personnalisés de produire de nouvelles données qui, une fois validées en comité technique, seraient intégrées à la base de données.

Or, pour produire ces données, il est nécessaire de recourir à la méthode de l'analyse du cycle de vie des produits, qui vise à analyser la pression des produits sur les ressources et l'environnement tout au long de son cycle de vie, c'est-à-dire de l'extraction des matières premières permettant de le fabriquer jusqu'à sa destruction.

Outre le fait que peu de professionnels en France disposent d'une expertise en matière d'analyse du cycle de vie des produits et de l'utilisation des logiciels associés, la méthode retenue en France en matière d'affichage environnemental suscite des polémiques, certains considérant cette pratique comme une forme de barrière douanière non tarifaire voire de distorsion de concurrence.

La question des emballages ...

Cette évolution vers des produits présentant une moindre empreinte environnementale pose bien évidemment la question du devenir des emballages et « suremballages » aujourd'hui utilisés par les expéditeurs pour conditionner les fruits et légumes et qui sont d'autant plus présents dans les entreprises disposant d'un atelier de « 4ème gamme ».

Or le secteur a connu au cours des dernières années une accentuation du conditionnement individuel en unités consommateurs : introduction de petites barquettes, filmage individuel de salades, ... En réponse à ces demandes, certaines entreprises du secteur se sont spécialisées dans le « pré emballé » qui permet aussi de valoriser des produits moins faciles à vendre en vrac.

Les réflexions en cours sur le « poids écologique » des différents types d'emballage suscitent de nombreux questionnements. Il est en effet nécessaire, pour réaliser une évaluation correcte, de prendre en compte l'ensemble de la durée de vie de l'emballage, de sa fabrication à sa destruction en fin d'usage.

Or l'emballage bois, qui apparaît a priori comme la solution ayant l'empreinte environnementale la plus favorable, présente, pour les acteurs de la distribution, des inconvénients majeurs en matière de ramassage dans les magasins, en particulier en centre ville. Or les commerces de centre ville sont limités quant au volume de déchets qu'il leur est permis d'émettre et il ne leur est de ce fait pas possible de jeter des emballages bois. L'emballage carton pose de son côté des problèmes d'évacuation. Il nécessiterait en effet d'équiper largement les utilisateurs de compacteurs. Les emballages plastiques, pliables, apparaissent quant à eux loin d'être inintéressants car ils permettent un ramassage et une réutilisation plus faciles.

Or la question des emballages est cruciale pour les expéditeurs, tant d'un point de vue environnemental que du point de la réponse qu'ils apportent aux besoins de leurs clients. Les ventes au déballage autorisées pour les fruits et légumes en cas de crise, pourraient ainsi être à l'origine de nouveaux besoins en matière d'emballage et nécessiter une réactivité accrue de la part des expéditeurs.



Des actions volontaristes en direction du monde agricole dans le cadre du « Grenelle »

Les exploitations agricoles sont très directement concernées par le projet de loi puisqu'il prévoit :

- une incitation forte au développement de la production agricole biologique avec des objectifs chiffrés ambitieux (6 % de la surface agricole utile en 2012 et 20 % en 2020),
- la généralisation des pratiques agricoles dites « durables » et « productives », avec la mise en place de référentiels de certification à plusieurs niveaux, une réduction importante de l'usage des produits phytopharmaceutiques, le lancement d'une politique de réhabilitation des sols agricoles et de développement de la biodiversité domestique dans les exploitations et un renforcement de la maîtrise énergétique dans les exploitations agricoles.

La mise en place des référentiels de certification pourrait déboucher sur une généralisation à tous les agriculteurs de la notation ou de la certification ou sur la remise à plat des cahiers des charges des distributeurs.

Une révision à court terme des cahiers des charges dans les filières, de la production à la distribution, est proposée par le groupe opérationnel n 4 qui s'est réuni dans le cadre du « Grenelle de l'environnement ». Par ailleurs, l'interprofession pourrait être chargée d'établir des contrats types producteurs / distributeurs. Des caractéristiques environnementales pourraient également être introduites rapidement dans les labels dits « administrés » (AOC, label rouge, ...).

Des entreprises soumises au « bilan carbone » : vers des pratiques moins énergivores dans la filière ?

Il est également envisagé de créer une obligation s'imposant aux entreprises de grande taille et portant sur l'établissement d'un bilan de leurs consommations énergétiques et de leurs émissions de gaz à effet de serre. L'échéance pourrait être fixée à la fin 2013. Des incitations et campagnes d'information pourraient voir le jour en direction des petites et moyennes entreprises.

De nombreuses incertitudes subsistent quant à l'instauration de ce bilan carbone, qui consiste à évaluer la production des entreprises en matière d'émission de gaz à effet de serre, à effectuer des propositions d'amélioration et à mesurer les résultats obtenus après mise en œuvre de ces propositions.

Pour le secteur agricole, l'ADEME travaille, à la demande du Ministère de l'Agriculture, sur un outil de diagnostic énergétique adapté pour mesurer les émissions de gaz à effet de serre dans les exploitations agricoles. Le Ministère souhaite en effet mieux connaître les besoins en énergie du secteur et ses émissions. Il a lancé un « Plan performance énergétique » visant la réalisation de 10 000 diagnostics de performance énergétique dans les exploitations agricoles et un taux de 30 % d'exploitations agricoles à faible dépendance énergétique d'ici 2013. Ils iront du niveau minimal, s'adressant à une majorité d'agriculteurs, à un niveau de haute valeur environnementale



Le développement des installations de production d'énergie renouvelable figure parmi les mesures encouragées par ce plan, qui prévoit de subventionner certains investissements, tels les équipements d'économie d'énergie, de production d'énergie renouvelable, les bancs d'essai de tracteurs pour réduire les consommations en fioul, les unités de méthanisation de la biomasse, notamment des effluents d'élevage, ...

Des initiatives allant dans ce sens voient le jour au sein des exploitations agricoles : isolation des serres, développement de systèmes de chauffage moins énergivores, mise en place d'outils de pilotage climatique permettant de compenser une perte de température dans la serre la nuit par une température plus chaude dans la journée, ... Cependant, les économies réalisées restent faibles et il sera probablement nécessaire d'aller plus loin pour faire face à l'augmentation du prix du pétrole et, le cas échéant, au renforcement des contraintes réglementaires.

Vers l'instauration d'une « taxe carbone » ?

Outre des incitations et des mesures en faveur du développement du fret ferroviaire, maritime et fluvial, le projet de loi évoque la création, après expérimentation, et à horizon 2011, d'une taxe kilométrique sur les poids lourds visant à réduire les impacts environnementaux du transport de marchandises et à financer les nouvelles infrastructures nécessaires à la mise en oeuvre de la politique durable de transport. L'objectif est d'atteindre 25% de fret ferroviaire, par rapport au fret total, en 2022 contre 14% actuel.

Par ailleurs, l'instauration en France d'une taxe carbone ou d'une « contribution climat énergie » s'appliquant à l'horizon 2011 aux consommations d'énergie fossile des entreprises et des ménages est à l'étude. Le rapport remis par Michel Rocard le 28 juillet 2009 évoque 32 € par tonne de CO₂, somme revue à 17 € quelques semaines plus tard.

Une impulsion donnée en faveur des circuits de proximité

En matière de produits issus de l'agriculture, outre la valorisation de la filière « bio », les travaux conduits dans le cadre du Grenelle de l'environnement plaident en faveur de la promotion des circuits de proximité, avec comme objectifs sous-jacents l'attribution d'une meilleure part de valeur-ajoutée aux producteurs, la réduction des consommations intermédiaires de transport, de conservation et de traitement des produits.

Vers une surveillance des consommations en eau ?

Les consommations en eau constituent également un sujet de préoccupation majeure en matière environnementale. En effet, l'agriculture absorbe aujourd'hui plus de 70 % de l'eau consommée. Cette problématique est aujourd'hui plus forte dans certaines régions que dans d'autres.

Une politique publique de l'eau s'est progressivement développée en réponse à cela, avec des objectifs de remise en état des cours d'eau, de réduction des pollutions, de préservation des zones humides, ainsi que la mise en oeuvre des principes de « pollueur-payeur » et « utilisateur – payeur ».



Tendances lourdes

Les indicateurs identifiés plaident en faveur d'une très forte évolution des pratiques dans la filière, qu'il s'agisse de la production, du conditionnement ou du transport dans les années à venir.

Il est probable que, sous l'impulsion de contraintes imposées par les pouvoirs publics, les exigences environnementales figurant dans les cahiers des charges imposés aux producteurs et aux expéditeurs de fruits et légumes se renforcent fortement, ce qui aurait des impacts y compris sur les entreprises de petite taille non directement touchées par la réglementation issue du Grenelle. Les cahiers des charges en direction de la production et des stations de conditionnement pourraient donc évoluer considérablement.

A moyen et long terme, il est également très probable que les outils et méthodes d'analyse des impacts environnementaux des différents produits se développent et se perfectionnent. La question est de savoir si ces analyses seraient susceptibles de remettre en cause certaines pratiques des exploitants et des expéditeurs.

Ce pourrait par exemple être le cas de la production de fruits et légumes sous serres chauffées, type de production qui va probablement devoir fortement évoluer au cours des 5 à 10 ans qui viennent, soit sous l'influence de la réglementation environnementale, soit sous l'influence du prix des énergies fossiles, soumises de surcroît à la taxe carbone.

Or cette problématique est loin d'être anecdotique car elle concerne notamment la tomate, qui constitue une production française importante et représente le premier produit du rayon fruits et légumes frais, avec 800 000 tonnes consommées chaque année en France, dont 450 000 de production française et 600 à 650 000 tonnes issues de serres chauffées...

Parmi les autres productions touchées, figurent également en France le concombre et la fraise et en Europe les Pays-Bas ou la Pologne notamment – l'aubergine et le poivron.

Il est également probable que ces mesures aient un impact non négligeable sur les produits d'importation, même si pour l'heure, les comparaisons sont difficiles compte tenu de l'absence d'harmonisation des méthodes de calcul de l'« empreinte environnemental » entre pays. Les publications scientifiques en la matière sont en effet contradictoires, notamment concernant l'impact écologique des productions de fruits et légumes de l'hémisphère sud commercialisées en Europe par exemple ...

Certains types de pratiques pourraient ainsi être fortement remises en cause, telles que les transports longs de fruits hors saison. Or ceci constitue un point clef pour certains exportateurs, qui ont développé une stratégie d'élargissement de leur activité sur l'année en ayant recours à ce type d'importation pour assurer un courant commercial continu avec leurs clients, notamment dans la grande distribution.

L'organisation globale de la distribution des fruits et légumes pourrait également se trouver impactée avec un repositionnement sur le « local », la recherche de modes de transport plus économes, une décentralisation de l'organisation de la distribution, ...



Les démarches de renforcement de la réglementation environnementale vont également dans le sens d'exigences fortes vis-à-vis de l'utilisation des produits phytosanitaires, ce qui entraîne d'ores et déjà la disparition de certaines productions en particulier à certaines périodes (production de navet malgré l'utilisation de techniques de bâchages, forte baisse de la production de mâche, de certaines catégories de carottes, ...). Les taxes sur produits phytosanitaires vont dans le même sens.

Incertitudes majeures à 5 – 10 ans

- Des producteurs de moins en moins éloignés des lieux de consommation et un recentrage sur le « local »? Est-ce viable ? Réaliste ? A quelle échelle va jouer ce recentrage ?
- Quelle capacité du monde agricole à peser sur la manière dont seront évalués les impacts environnementaux de ses produits ?
- Quels impacts de l'affichage environnemental sur les pratiques des consommateurs à 5 ans ? à 10 ans ?
- Quels impacts de l'affichage environnemental sur les pratiques des producteurs ? A 5 ans ? A 10 ans ?
- Quels impacts ces évolutions vont-elles avoir sur la grande distribution, qui pourrait choisir de commercialiser des produits moins « impactants » sur le plan environnemental ?
- Y aura-t-il de réelles remises en causes de certaines productions ?
- Quel rôle vont pouvoir jouer les expéditeurs pour accompagner la structuration de cette offre nouvelle de produits plus locaux, plus qualitatifs, moins « impactants » d'un point de vue environnemental ?
- Quels outils vont-ils pouvoir développer pour développer le suivi, la traçabilité, l'« expertise amont » qui est attendue par leurs clients ?
- A quelle vitesse vont intervenir les impacts sur les pratiques en matière d'emballage ?
- Va-t-on aller vers une remise en question de l'emballage en unités consommateurs ?
- Quels impacts de la réglementation sur les produits phytosanitaires sur la pérennité de certaines productions françaises ?
- Quels impacts des différentes réglementations nationales en matière de produits phytosanitaires sur l'évolution de la concurrence entre productions françaises et productions provenant d'autres pays (sur certaines productions) ?
- Quels vont être les impacts de la remise en cause des transports de fruits hors saison sur les stratégies de certains expéditeurs (maintien d'un courant commercial continu avec la GMS) ? Quelle ampleur vont-ils prendre ?
- Quels impacts de la taxe carbone sur les transports générés par l'activité des expéditeurs ?
- Va-t-on connaître des phénomènes de distorsion de concurrence par rapport à d'autres pays dans lesquels les taxes sur les produits phytosanitaires seraient différentes ?



Facteur réglementaire 2 : Disparition à l'échelon européen de la plupart des normes de commercialisation

Définition du facteur

26 des 36 normes de commercialisation portant sur la taille, la catégorie (forme, aspect de l'épiderme et coloration), le marquage et le conditionnement des fruits et légumes* vont disparaître en juillet 2009. Cette disposition a pour objectif de réduire la quantité de fruits et légumes non commercialisés auprès des consommateurs et de contribuer à limiter l'augmentation des prix. Le développement de l'innovation et de la mise sur le marché de nouvelles catégories de produit est également recherché. Ces nouvelles normes de commercialisation pour la plupart des fruits et légumes découlent du règlement (CE) N 1221/2008 qui est paru au Journal Officiel de l'Union européenne du 13/12/2008. Ce règlement est applicable depuis le 1er juillet 2009.

Situation jusqu'en juin 2009

Une réglementation régissant la commercialisation des fruits et légumes a été mise en œuvre en France et en Union Européenne. Elle se traduit en Europe par 34 règlements CE fixant des normes de commercialisation pour 38 produits ou groupes de produits. En France, des produits n'ayant pas fait l'objet de règlement CE sont quant à eux réglementés par des arrêtés qui ont été pris à la demande des interprofessions.

Cette réglementation établit jusqu'en juin 2009 trois catégories de qualité : « Extra », « Catégorie I » et « Catégorie II ». Le classement se fait essentiellement en fonction de l'apparence des produits jugée sur trois critères : la forme du produit, sa coloration et les défauts que présente son épiderme. Des seuils de tolérance sont également fixés.

Ces normes ont structuré l'organisation commerciale de la filière fruits et légumes en Europe, garantissant l'utilisation de critères homogènes pour caractériser les productions agricoles.

En France, des accords Interprofessionnels, votés par les familles professionnelles d'Interfel, édictent des règles plus strictes que la réglementation en vigueur. Ces accords, visant notamment à adapter l'offre à la demande, peuvent porter sur le niveau de qualité des produits, avec des accords portant sur taux de sucre ou le taux de fermeté, sur les règles de présentation des produits, sur une homogénéisation de la production, avec la définition d'accords portant sur le calibrage ou encore sur l'information du consommateur et les étiquettes. Ces accords portent exclusivement sur les fruits et légumes produits en France.

*Abricots, artichauts, asperges, aubergines, avocats, haricots, choux de Bruxelles, carottes, choux-fleurs, cerises, courgettes, concombres, champignons de couche, noisettes en coque, choux pommés, poireaux, melons, oignons, pois, prunes, céleris à côtes, épinards, noix en coque, pastèques et chicorées Witloof.



Situation depuis juillet 2009

Les normes de qualité aujourd'hui existantes pour la plupart des fruits et légumes sont abrogées, à l'exception de celles portant sur une dizaine de produits : pommes, agrumes, kiwis, laitues chicorées frisées et scaroles, pêches et nectarines, poires, fraises, poivrons doux, raisins de table, et tomates. Ces dix produits représentent 75 % de la valeur des échanges de fruits et légumes en Union Européenne.

A compter du 1^{er} juillet 2009, les caractéristiques minimales que doivent présenter les fruits et légumes touchés par la déréglementation sont les suivantes : fruits et les légumes entiers, sains, propres, exempts d'humidité extérieure anormale, dépourvus d'odeurs et / ou de saveurs étrangères, d'aspect, de développement et de coloration correspondant à la variété et de maturité suffisante.

En réponse à cette évolution, INTERFEL souhaite conclure des accords interprofessionnels reprenant les normes de commercialisation précédentes voire les normes CEE-ONU fixant des exigences minimales de qualité, des critères de classification et de calibrage ainsi que des exigences de présentation et d'étiquetage et demander l'extension de ces accords pour l'ensemble des distributeurs de fruits et légumes. Concernant les produits importés qui ne seraient pas soumis à ces accords, la fédération des entreprises du Commerce et de la Distribution (FCD) s'est engagée à ce que les cahiers des charges s'imposant à ces produits correspondent aux exigences des accords interprofessionnels passés pour les produits français.

Les conséquences de cette disparition des normes de commercialisation ont été limitées en France au cours de l'été 2009.

Cependant, la disparition de la plupart des normes de commercialisation peut avoir des conséquences sur les marchés, sur les outils de tri et de conditionnement et sur l'organisation du contrôle qualité. Elle peut aussi ne pas changer la donne de façon très significative. Un consensus entre les acteurs du secteur pourrait ainsi apparaître dans un premier temps, ce qui semble être le cas en France et permettre le développement des échanges sur les bases précédentes.

A plus long terme, une évolution pourrait intervenir, générant de la part de la distribution la production de cahiers des charges aux exigences très différentes les unes des autres, ce qui aurait pour effet d'engendrer un impact non négligeable sur le secteur des fruits et légumes sans pour autant apporter de valeur-ajoutée au consommateur.

A terme, il est également possible que les Etats-Membres soient autorisés à accorder des dérogations aux normes y compris sur les produits qui y sont toujours soumis ...



Tendances lourdes

Il semble exister une volonté générale de la Commission Européenne de réduire les politiques qualité, au-delà des normes applicables aux seuls fruits et légumes.

Incertitudes majeures à 5 – 10 ans

Cet abandon des normes de commercialisation pourrait permettre l'apparition sur le marché de produits qui n'étaient auparavant pas commercialisables en tant que tels car situés hors des normes et vendus par exemple en distribution avec une mention spécifique du type « pour transformation ». Cette gamme additionnelle contribuerait à une baisse des prix. Les Etats Membres ont la possibilité d'autoriser les professionnels à commercialiser des produits non soumis aux normes spécifiques. La France n'a pour l'heure pas souhaité se saisir de cette possibilité, à la différence d'autres pays de l'Union Européenne.

Cela pourrait également permettre à des pays producteurs auparavant absents de certains marchés car ne répondant pas aux normes de commercialisation de pénétrer sur le marché, surtout si la demande de produits basiques à un moindre coût se développe.

La crainte de certains producteurs et expéditeurs est également que la normalisation, qui permet une certaine homogénéité en qualité visuelle et sanitaire, est abandonnée, la concurrence pourrait s'en retrouver faussée entre des producteurs qui ayant effectué des efforts techniques conséquents pour obtenir une production remplissant les critères qualitatifs imposés par les normes et ceux qui ne l'auraient pas fait. Les premiers se retrouveraient en effet avec des investissements plus lourds et une production dont la qualité serait surdimensionnée par rapport au marché. En effet, la normalisation a généré des besoins et contribué à la création de nouveaux métiers voire à l'acquisition d'équipements spécifiques (calibreuses pour les cerises par exemple). Elle a également été à l'origine d'une évolution dans l'organisation du travail dans les exploitations.

Incertitudes majeures à 5 – 10 ans

- Quelle va être la part prise par la mise en marché de productions auparavant exclues des circuits de distribution ?
- Quel impact va-t-elle avoir sur les consommateurs ? sur les prix ? sur l'arrivée de nouveaux concurrents dont les productions étaient jusqu'ici « hors normes » ?
- Quelle évolution des exigences des clients - dont la grande distribution - à plus long terme ?
- Quelles conséquences pour les producteurs qui ont fait des efforts dans le cadre des normes de commercialisation et dont l'offre se retrouve « surdimensionnée » d'un point de vue qualitatif et donc plus chère ?
- Quels impacts de la modification des normes CEE/ONE en cours ?
- Quelle évolution des comportements d'achat de la RHD vis-à-vis de la disparition des normes de commercialisation ?



Facteur réglementaire 3 : Nouvelle organisation commune des marchés et évolution de la Politique Agricole Commune

Définition du facteur

A compter de 2008, un nouveau régime réglemente les organisations de producteurs(1) (OP) et les associations d'organisations de producteurs(2) (AOP). La nouvelle organisation commune de marché(3) des fruits et légumes (OCM) est entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2008. Elle sera revue après 2012, date à laquelle pourraient intervenir des modifications substantielles de la Politique Agricole Commune (PAC).

Situation au cours des dernières années

Les producteurs peuvent se constituer en organisation de producteurs, par l'intermédiaire de laquelle ils peuvent vendre leur production. Il existe de nombreuses organisations de producteurs sur le territoire(4) et quelques associations d'organisations de producteurs mais l'organisation économique du secteur des fruits et légumes en associations nationales fonctionnant par produit est en cours de structuration en France. La nouvelle OCM des fruits et légumes implique une adaptation de l'organisation économique des filières fruits et légumes au travers des associations de producteurs (AOP).

Il appartient à l'Etat d'apprécier la capacité et la représentativité de chaque AOP(5). Le Ministère de l'Agriculture et de la Pêche a élaboré dans ce sens une charte définissant les conditions d'insertion des AOP dans l'organisation économique des fruits et légumes. Les organisations de producteurs peuvent en effet se constituer en association, démarche qui est encouragée en France afin d'obtenir in fine une organisation de la production de fruits et légumes par produit chaque fois que possible.

(1)Entité juridique constituée à l'initiative des producteurs qui a pour objectif, notamment, l'emploi de pratiques culturales, de techniques de production et de gestion des déchets respectueuses de l'environnement, notamment pour protéger la qualité des eaux, du sol, du paysage et pour préserver et promouvoir la biodiversité. Elles sont reconnues par les Etat membres et peuvent contribuer à faciliter la production et la commercialisation des produits et à permettre aux producteurs de mieux valoriser la production, la commercialisation des produits et leur valorisation

(2)Les AOP sont constituées à l'initiative d'OP reconnues et peuvent exercer toute activité d'une organisation de producteurs.

(3)Les organisations communes de marché ont été créées à partir des années 1960 pour soutenir et organiser les marchés dans le cadre de la politique agricole commune.

(4)38 % des exploitations légumières non spécialisées dans les circuits de proximité sont adhérentes à une organisation de producteurs

(5)Chaque organisation doit être reconnue par les États membres qui octroient leur reconnaissance à condition qu'elle respecte certaines conditions. Par exemple, elle doit réunir un nombre minimal de producteurs ainsi qu'une valeur minimale de production. De plus, elle ne doit pas détenir une position dominante sur un marché déterminé.



Le principe de l' « extension de règles »

La nouvelle réglementation ouvre la possibilité de rendre obligatoire une règle à la demande des organisations de producteurs ou des associations d'organisations de producteurs. Cette règle s'impose alors aux producteurs établis dans la « circonscription économique » de l'organisation de producteurs, même s'ils n'en sont pas membres. Pour ce faire, l'organisation de producteurs doit être représentative.

Il en va de même pour les organisations interprofessionnelles(1), un pays pouvant rendre obligatoire des règles à leur demande pour d'autres opérateurs exerçant leurs activités dans la circonscription et non membres de l'organisation interprofessionnelle, si celle-ci regroupe au moins les deux tiers de la production ou du commerce(2).

Les associations d'organisations de producteurs, au centre de la réorganisation de la filière

La charte élaborée par le Ministère de l'Agriculture et de la Pêche distingue plusieurs types d'acteurs clefs pour une filière de produits donnée :

- l'association d'organisations de producteurs « commerciale » ou « de service », qui regroupe au moins deux organisations de producteurs pour l'exercice de missions déterminées,
- l'association d'organisations de producteurs dite « de gouvernance produit ou groupe de produits nationale », qui a vocation à regrouper à l'échelle nationale toutes les organisations de producteurs concernées par un produit donné ou un groupe de produits en vue de mettre en œuvre une politique globale pour ce produit ou ce groupe de produits,
- la section interprofessionnelle de première mise en marché, qui regroupe l'ensemble des familles de l'amont de la production pour déterminer les conditions de la première mise en marché et proposer une stratégie de filière,
- INTERFEL, regroupant à l'échelle nationale les familles professionnelles de la production, de la commercialisation et de la distribution des fruits et légumes.

En France, l'Etat a la volonté de ne reconnaître qu'une seule AOP nationale par produit ou groupe de produits à partir du moment où celle-ci représente au moins 55 % de la production organisée sur le territoire. Une mise en cohérence et une articulation entre les missions assurées par les organisations de producteurs et les AOP nationales sont recherchées.

(1)Entités juridiques constituées à l'initiative de la totalité ou d'une partie des organisations ou associations qui les composent, et qui rassemblent des représentants des activités économiques liées à la production/commerce des fruits et légumes ; elles mènent au moins deux des activités suivantes : connaissance et transparence de la production et des marchés, coordination de la mise sur le marché des fruits et légumes, mise en valeur des fruits et légumes, outils pour améliorer la qualité des produits, la protection de l'environnement

(2)Les règles dont l'extension peut être demandée portent sur : les règles de connaissances de la production et du marché, les règles de production, l'élaboration de contrats types, les règles de commercialisation, les règles de protection de l'environnement, les actions de promotion et de mise en valeur de la production, les actions de protection de l'agriculture biologique et des appellations d'origine, les labels de qualité et les indications géographiques



Ainsi, les AOP nationales ont comme mission de « définir et piloter, pour le compte de ses membres, des stratégies d'adaptation de l'offre à la demande pour la campagne et le long terme, pour un produit ou groupe de produits (y compris les concertations sur les quantités et sur les prix, dans le respect du droit applicable), ainsi que piloter des mesures de prévention et de gestion de crise(1) ». En revanche, les AOP nationales n'ont pas vocation à réaliser des actes commerciaux, qui sont l'apanage des AOP commerciales ou de service.

Les AOP nationales sont donc chargées, pour un produit ou un groupe de produits donné, de :

- Recueillir des données permettant une bonne connaissance de la production et du marché,
- Programmer la production et coordonner le marché, en diffusant des orientations en vue d'adapter l'offre au marché,
- Définir des règles de commercialisation y compris en matière de prix et de quantités,
- Piloter et assurer la promotion générique du produit ou du groupe de produits,
- Assurer une coordination des actions de PLV et de mises en avant conduites par les organisations de producteurs et ses autres membres,
- Définir des mesures de prévention et de gestion des crises en définissant des stratégies pour les mesures d'approche collective (notamment en matière de gestion des volumes de production mis sur le marché et de promotion),
- Conduire une politique de protection de l'environnement et de modernisation des exploitations,
- Définir des orientations de la production (normes de qualité, choix coordonné des variétés, ...),
- Participer aux actions de recherche et d'expérimentation.

Les tendances lourdes

Aucune décision précise n'a été prise pour l'heure mais des tendances de fond se dégagent, telle la réduction importante des subventions agricoles. Or cela ne devrait pas affecter en profondeur la production de fruits et légumes, qui est déjà assez faiblement subventionnée.

L'évolution de la Politique Agricole Commune après 2012 pour le secteur des fruits et légumes dépend assez fortement de la capacité des acteurs de la filière à faire vivre l'Organisation Commune des Marchés actuelle, à exploiter les programmes opérationnels ainsi que de la capacité des producteurs à s'organiser dans des démarches collectives. Or jusqu'à présent, les résultats de cette démarche, en particulier en France, mais également dans les ex « pays de l'Est », se sont révélés assez mitigés.

Les objectifs définis au milieu des années 1990 à l'échelon européen en matière d'incitation aux démarches collectives entre producteurs voire au regroupement et à la création d'organisations de producteurs visaient un taux de 60 % d'appartenance à une organisation de producteurs. A ce jour, seules 35 % des exploitations sont effectivement liées à une organisation de producteurs en Europe.

(1)Charte du Ministère de l'Agriculture et de la Pêche



Or, lors des débats qui ont précédé le renouvellement de l'accord sur l'Organisation Commune des Marchés actuellement en vigueur, l'idée a été émise d'un abandon du système actuel et d'une mise à disposition des Etats Membres d'aides directes, à charge pour eux de les redistribuer aux producteurs dans le cadre de leurs programmes de développement rural respectifs pour de l'aide à l'investissement. Il est également probable que la distribution des subventions soit assortie d'une obligation d'y associer des mesures environnementales.

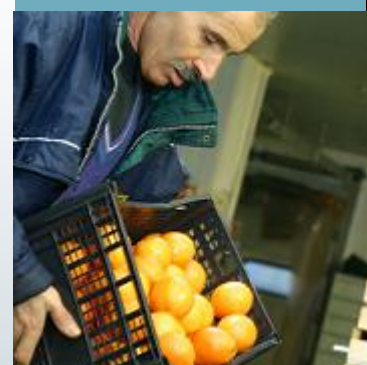
Une autre option consisterait à conserver le système actuel d'Organisation Commune des Marchés tout en le rendant plus flexible et en permettant que les Etats Membres trouvent leur propre forme d'organisation, option qui pourrait être reconnue si les préoccupations en matière de sécurisation de la production alimentaire européenne prenaient le dessus sur d'autres considérations.

Les incertitudes majeures à 5 – 10 ans

- Si l'Organisation Commune des Marchés actuelle venait à disparaître ou à être considérablement allégée :
 - réorganisation d'une partie de la filière et en particulier du secteur couvert par les coopératives du fait d'une ouverture plus grande du système et d'une harmonisation des conditions sociales et fiscales ?
 - nécessité pour les coopératives et organisations de producteurs de repenser les coopérations avec les producteurs et de construire une offre de services différenciée à leur attention ?
 - vers une « volatilité » plus forte des producteurs qui mettront les coopératives en concurrence ?
 - vers un recentrage des coopératives vers leur cœur de métier et un transfert vers une entité spécifique des activités de conseil technique ou des prestations de conseil qualité ?
 - vers la prise en charge par les expéditeurs de fonctions auparavant exercées par les organisations de producteurs (agréage, suivi du produit en production, traçabilité) ?
- Quels impacts d'une réorientation d'une partie de l'activité des céréaliers vers la production de légumes ?



Les facteurs économiques





Facteur économique 1 : Evolution des comportements alimentaires et des consommations de produits alimentaires

Définition du facteur

Les attentes des consommateurs évoluent. Le rapport aux différentes garanties de qualité (marque, signe de qualité...) change. Les attentes en matière de qualité gustative évoluent, l'environnement pourrait devenir un des critères d'achat, le prix semble redevenir une préoccupation majeure...

Face à cette évolution les interrogations de la grande distribution et de la filière traditionnelle sont nombreuses. Elles sont renforcées par un certain nombre d'expériences réussies comme par exemple le développement des grandes surfaces frais ou le succès rencontré par les nouveaux concepts de rayon fruits et légumes frais dans les supermarchés et hypermarchés.

Situation au cours des quinze dernières années

- Une modification des comportements alimentaires des français depuis le début des années 1990 en lien avec l'attention renforcée portée aux questions de santé,
- Une très forte progression des produits « santé-forme » (jus de fruits et de légumes, soupes, potages, aliments diététiques, ...) au détriment des produits à forte valeur nutritive,
- Une tendance à privilégier les produits préparés (conserves, jus de fruits et de légumes),
- Une évolution des ventes de fruits et légumes frais qui est moins importante que celle constatée pour d'autres catégories de produits alimentaires (fruits et légumes préparés, produits laitiers, produits « santé-forme » notamment).

Situation actuelle

Des visites en magasins moins fréquentes : une menace pour les ventes de fruits et légumes frais ?

La fréquence des visites hebdomadaires que font les consommateurs français aux hypermarchés et supermarchés connaît une baisse, ce qui ne joue pas en la faveur des fruits et légumes frais, dont les ventes sont fortement corrélées au nombre de visites en magasin. Ainsi, selon les études réalisées(1), les français effectuent en moyenne six visites de moins en GMS. De ce fait, les produits surgelés, appertisés ou à DLC longue, soutenus par les campagnes en faveur de la consommation de fruits et légumes, apparaissent comme plus pratiques, plus faciles à préparer et à conserver. Cela ne permet donc pas de contrecarrer la stagnation de la consommation de fruits et légumes frais constatée depuis plusieurs années.

(1) TNS World Panel



Dans ce contexte de baisse de fréquentation, le « frais » qui est un des arguments clés plaidant en faveur des fruits et légumes de première gamme, devient donc un contre-argument.

Cette tendance à la baisse de la consommation de fruits et légumes frais apparaît d'autant plus forte chez les jeunes générations, que le CREDOC qualifie d'« abandonnistes », qui s'éloignent des fruits et légumes frais vécus comme contraignants et porteurs d'inconvénients (transport plus difficile, conservation plus délicate, temps de préparation, odeur à la cuisson et à la conservation, pertes potentielles et déchets, ...).

Les prix : un argument essentiel ?

Une évolution des achats dictés par les prix et les opérations de promotion se dessine en 2007. Les consommateurs de fruits et légumes auraient ainsi tendance à se laisser un peu moins séduire que par le passé par les achats dits d'« impulsion », tendance renforcée par la crise économique à partir de 2008. A signaler, la plupart des achats sont réalisés de manière autonome, sans intervention d'un vendeur, le « libre choix intégral », étant plébiscité par les consommateurs. Fait significatif, pour lutter contre l'impression de cherté associée aux fruits et légumes frais et devant les modifications de la composition des ménages, certaines grandes surfaces sont en train d'expérimenter un affichage des prix non plus au kilo mais à la portion ou à la pièce. Or une enquête récente a montré l'ambiguïté de cet affichage pour les consommateurs*.

En matière de services en magasin, les préférences des consommateurs semblent s'orienter vers la mise à disposition de produits frais à des prix accessibles, puis vers la qualité des produits en rayon. Le prix semble donc constituer une préoccupation clef. Peu d'attention est en revanche apportée à l'information sur les produits en magasin.

En revanche, l'intérêt concomitant pour le bio ou des produits prêts à l'emploi montre que, pour certaines catégories de consommateurs, le prix n'est pas le seul argument pour vendre.

Apprendre au consommateur à choisir, conserver et cuisiner des fruits et légumes frais ?

Une analyse du comportement de consommateurs dans les rayons fruits et légumes de GMS met en évidence que plusieurs éléments sont susceptibles de guider leur choix de produits. Ainsi, les arbitrages entre produits de la première et de la quatrième gamme se réalisent-ils à la lumière de la « date de consommation » indiquée sur les paquets en quatrième gamme. Les points d'appui utilisés par les consommateurs en rayon portent non seulement sur le prix, mais aussi sur d'autres indicateurs : qualité perçue des produits en rayon, habitudes de consommation et capacité à gérer les approvisionnements, la conservation et les préparations de fruits et légumes frais, ...

Il apparaît que favoriser les achats de fruits et légumes frais chez les consommateurs les plus réticents passe par un développement de leurs compétences en matière d'achat, de conservation, préparation et consommation, le manque de celles-ci pouvant se situer à l'origine d'arbitrages défavorables aux fruits et légumes frais, au profit, notamment, des produits surgelés ou en conserve.

*Source : Etude CSA – Vinhiflor – Rapport n 0800899. Etude sur les vente à l'unité des fruits, septembre 2009



Ainsi, une étude conduite par le CTIFL et le Centre de Sociologie des Organisations(1) met-elle en évidence les compétences que doivent maîtriser les consommateurs pour leurs achats de fruits et légumes en grande surface :

Savoir choisir, l'expertise sur le choix des fruits et légumes se fondant sur l'expérience acquise au fil du temps par le consommateur,
Connaître les prix et leurs variations, les prix des fruits et légumes étant sujets à de fortes variations compte tenu de leur saisonnalité, ce qui passe pour le consommateur par la construction de points de repère dans le temps,
Savoir conserver, afin de garantir la qualité des produits achetés dans le temps,
Savoir planifier le nombre de repas qu'il est possible d'effectuer avec les produits achetés, en anticipant les déchets, les pertes et le mode de préparation,
Savoir préparer et cuisiner les fruits et légumes, compétence qui pose aujourd'hui de réelles difficultés, en particulier chez les consommateurs les plus jeunes.

La question de l'accessibilité des fruits et légumes frais ...

Face aux tendances observées, à savoir baisse de la fréquence des achats de produits alimentaires, réticences à accepter le prix des fruits et légumes frais, variabilité de la qualité des fruits et légumes proposés en magasin, manque de connaissances et de compétences pour acheter, conserver, préparer et cuisiner les fruits et légumes frais, c'est la question de l'accessibilité de ces produits qui est posée. Une des réponses consiste à faire évoluer l'offre de fruits et légumes frais vers des produits plus faciles à mettre en œuvre : première préparation, présentation en termes d'offre – repas, indications et conseils d'utilisation présentés sur les emballages ... Une autre réponse consiste quant à elle à faire radicalement évoluer leur mode de distribution vers d'autres lieux et d'autres occasions de consommation.

L'argument environnemental : une montée en puissance lente mais continue ...

Les produits issus de l'agriculture biologique connaissent un développement commercial marqué, apparaissant désormais dans la grande majorité des offres commerciales de la grande distribution, y compris dans les magasins à bas prix. Sur la période 2006 – 2012, l'augmentation des ventes de produits biologiques pourrait ainsi atteindre 66 %. Actuellement, pour les fruits et légumes, une croissance annuelle de 20 à 30% est constatée. Les consommateurs souhaitent ainsi s'orienter vers des produits leur permettant de « manger plus sainement » mais également vers des denrées ayant l'empreinte écologique la plus faible possible. Ils se montrent ainsi particulièrement sensibles aux modes alternatifs d'approvisionnement qui se développent : AMAP, mais également marchés forains, marchés de producteurs, vente directe, ...

(1)Le prix des fruits et légumes frais : qu'en pensent les consommateurs ?
quelle place au moment de l'achat ?, septembre 2005

*Source : TNS worldpanel



Si les ménages commencent à être sensibles à l'argument environnemental, certains acteurs de la Restauration Hors Domicile (RHD) se montrent aujourd'hui de plus en plus sensibles aux modes de production. Il est probable que la restauration collective soit à l'origine d'une impulsion forte donnée en faveur de modes de production plus respectueux de l'environnement et moins « énergivores », en proposant des produits répondant à des attentes environnementales plus fortes. La consommation de produits de proximité ou répondant à des exigences nouvelles pourrait être favorisée par la RHD, secteur qui agit comme prescripteur et comme relais d'information et de sensibilisation.

Tendances lourdes et avenir possibles

Le cœur de clientèle des fournisseurs de fruits et légumes frais vieillit et l'évolution des comportements alimentaires initiée il y a une quinzaine d'années poursuit sa route, impacté par des facteurs nouveaux : crise économique et préoccupations quant au pouvoir d'achat, question environnementale, ...

Un ensemble de tendances de fond se dessinent en matière d'évolution des modes de vie et par conséquent des modes de consommation :

- Le vieillissement de la population, avec une augmentation de la part des retraités. Une tendance à l'installation des retraités les plus aisés dans les centres villes afin de bénéficier des services et de la proximité des commerces ainsi qu'une installation des populations plus jeunes en périphérie a d'ores et déjà été identifiée.
- Une croissance démographique plus importante en zone rurale qu'en zone urbaine,
- Une diminution de la taille des ménages, avec une estimation du nombre de personnes seules qui s'élèverait selon l'INSEE à 17 % en 2020 et une augmentation du nombre de ménages de petites tailles – en recherche de petits conditionnements – du fait de la croissance des divorces,
- Le développement de nouveaux modes de vie avec une désaffection du format « hypermarchés », au bénéfice de magasins ou de solutions offrant une meilleure praticité,
- Des initiatives publiques en faveur du développement des centres-villes qui se renforcent,
- Un renchérissement du coût de l'énergie et des transports qui irait dans le sens d'une prime aux productions locales et aux lieux de vente facilement accessibles
- Une progression continue du hard discount,
- L'apparition et le développement de nouveaux concepts de magasins dédiés au frais, notamment aux fruits et légumes,
- Une évolution de la notion de proximité, qui s'étend au lieu de travail ou au trajet domicile – travail (commerce de transit),
- Un développement de la livraison à domicile, qui s'inscrit dans le cadre d'une recherche de maximisation du temps disponible,
- Une concurrence nette du surgelé,
- Un renforcement très probable de la restauration hors domicile du fait de la désaffection des jeunes générations pour la préparation culinaire.



L'étude prospective réalisée en mai 2008 par l'Observatoire des métiers de des industries alimentaires propose six scénarios d'évolution de la demande de produits alimentaires à horizon 2020 :

- **Un scénario dit d' « alimentation duale »**, qui verrait se développer une société duale en termes de revenus et de consommation, avec d'un côté une augmentation de la consommation de produits premiers prix issus de l'importation et de l'autre côté un renforcement de la demande en faveur de produits de qualité, biologiques ou issus du terroir proche, avec un contrôle strict des modes de production. Ce scénario verrait également se généraliser la pratique du recours aux plats préparés, la tendance à moins cuisiner gagnant progressivement du terrain. Les expéditeurs exportateurs auraient dans ce cas à faire face d'une part à des flux importants et à une nécessité de renforcer leurs compétences en matière d'achat à l'import et d'autre part à renforcer leurs politiques de marque et leur appui à la production en vue d'accompagner le renforcement de la qualité des produits et leur visibilité.
- **Un scénario dit d' « alimentation utile et hédoniste »**, qui verrait, dans un contexte économique très morose et une individualisation forte des comportements, se développer une tendance à l' « alimentation plaisir », faisant la part belle aux produits fonctionnels ou utiles à la santé, quitte à passer, pour les fruits et légumes, par le développement de plantes modifiées, plus pratiques. Ce scénario verrait également se développer la pratique du recours aux plats préparés et de la restauration hors domicile. Les expéditeurs exportateurs se trouveraient dans ce cas face à une nécessité d'accompagner plus encore l'amont dans sa stratégie de développement de nouveaux produits tout en s'adaptant à l'aval à la montée en puissances des clients industriels.
- **Un scénario dit d' « alimentation maîtrisée »**, qui verrait se généraliser les prix hauts pour les produits alimentaires et se développer une attitude de défiance des consommateurs vis-à-vis des produits alimentaires industrialisés. Il verrait part conséquent apparaître un regain d'intérêt pour les produits non transformés et pour la préparation culinaire, alimenté par des disponibilités en temps plus importantes que par le passé, avec une hausse de la part de la population de retraités et à temps partiel. Les expéditeurs exportateurs pourraient dans ce cas se retrouver dans un rôle plus traditionnel, sans grand bouleversement de leur positionnement actuel, mais avec un rôle important à jouer vis-à-vis de l'amont pour développer des produits de qualité et à forte traçabilité ainsi que des stratégies qui soient à même de sécuriser les consommateurs.
- **Un scénario dit d' « alimentation par nécessité mais lien social »**, avec une montée en puissance du célibat et de la solitude au sein de la population, l'alimentation devenant une manière de nouer des liens sociaux dans les restaurants, bars de proximité, cantines, ... La tendance de la montée en puissance de la restauration hors domicile serait dans ce cas à appréhender pour les expéditeurs exportateurs.



- **Un scénario dit de « qualité alimentaire pour tous »**, qui, dans un contexte économique dynamique, verrait un renforcement de la tendance à prendre ses repas à l'extérieur et une attention renforcée portant à la qualité des produits et à leur impact environnemental. Pour les fruits et légumes, la recherche d'une meilleure traçabilité des produits, de pratiques agricoles plus naturelles et d'une meilleure praticité seront des arguments clés. Les expéditeurs exportateurs pourraient avoir leur rôle à jouer dans ce cas, avec une augmentation des pratiques de préparation des produits à associer avec le développement d'ateliers de quatrième gamme et une adaptation à de nouveaux clients : la RHD ou ses intermédiaires.

- **Un scénario dit de « choix dans l'alimentation »**, qui verrait les produits bruts frais disparaître progressivement de l'alimentation courante, à l'image des tendances observées dans certains pays anglo-saxons. La demande se porterait en revanche sur des produits présentant des caractéristiques très différentes, ce scénario étant celui de la « diversité maximale ». Le rôle des expéditeurs exportateurs serait dans ce cas à réorganiser, entre des contraintes de production vraisemblablement plus fortes et des clients industriels adoptant des stratégies très diversifiées en fonction des segments sur lesquels ils sont positionnés.

Les incertitudes majeures à 5 – 10 ans

- *Quels effets va produire la polarisation des types de consommation de fruits et légumes frais (avec d'un côté une recherche de produits à prix modérés et de l'autre une tranche de consommateurs recherchant une offre de qualité, tant gustative, nutritionnelle qu'environnementale) sur la consommation de fruits et légumes frais et sur les circuits de distribution associés ? Jusqu'où va aller la recherche de qualité et d'authenticité des produits ?*
- *Quelle ampleur va prendre la demande de fruits et légumes frais préparés et la restauration hors domicile ?*
- *Quel va être l'impact de l'évolution de la situation économique et du pouvoir d'achat des ménages sur les consommations de fruits et légumes frais ?*
- *Quel impact de l'autoproduction pour certaines productions (poireaux, tomates, ...) ?*



Facteur économique 2 : Evolution des circuits de distribution des fruits et légumes

Définition du facteur

A côté du secteur de la grande distribution, se développent d'autres formes de commercialisation des fruits et légumes frais. Le secteur des grossistes connaît aussi une évolution de ses pratiques.

Situation au cours des dix dernières années

Une montée en puissance de la grande distribution au cours de la dernière décennie, les supermarchés et hypermarchés se plaçant largement en tête des lieux de vente de fruits et légumes frais : 35 % des ventes au détail de fruits et légumes pour les hypermarchés et près de 25 % pour les supermarchés en 2006,

Après une période de développement du hard discount dont le concept semble aujourd'hui entrer dans une phase de maturité, l'amorce d'un renouveau depuis 2003 avec une prise de parts de marché par le secteur des détaillants spécialisés, vraisemblablement à la faveur du développement des grandes surfaces spécialisées en produits frais.

Situation actuelle et réflexions en cours

La grande distribution en période de remise en question ...

Malgré leur position dominante, les grandes surfaces perdent progressivement des parts de marché en matière de vente de fruits et légumes frais au profit d'autres types de distribution ...

Les clients semblent en effet se détourner des rayons fruits et légumes des supermarchés et hypermarchés au profit des Grandes Surfaces Frais. Or les grandes surfaces traditionnelles commencent à s'emparer de cette problématique et à mettre en place de nouveaux concepts de rayons fruits et légumes frais. C'est le cas du groupe Casino qui s'est lancé, avec un concept de type « grands frais » : développement de l'assortiment avec des gammes larges et profondes, mise en place de systèmes de nébulisation, mobilier mettant davantage en valeur le produit, ...



Les premiers résultats semblent très satisfaisants, avec des impacts importants sur le chiffre d'affaires du rayon et plus largement sur l'ensemble du magasin. Cependant, un tel concept nécessite une formation accrue des équipes, tant en rayon que pour les achats. Pour que de tels concepts puissent fonctionner, il est en effet nécessaire pour les magasins d'être en capacité d'élargir leur offre : il faut être non seulement capable de proposer des produits de qualité mais aussi pouvoir offrir la possibilité de proposer trois sortes d'aubergines ou des produits régionaux tels que les fleurs de courgette en Provence par exemple.

Or le secteur de la grande distribution n'est pas entrée dans une phase de généralisation de ce concept, même si des prises de conscience semblent émerger.

Les Grandes Surface Frais : un concept en devenir ...

Les Grandes Surfaces Frais (GSF) étaient quasiment inexistantes il y a une dizaine années, pour représenter en 2006 4 % des dépenses des français en fruits et légumes frais. Réparties de façon inégale sur le territoire(1), elles sont aujourd'hui la propriété d'indépendants ou d'une demi-douzaine de groupes qui se sont spécialisés dans ce secteur. Ces commerces s'approvisionnent auprès de marchés de gros ou de producteurs locaux. Certains groupes disposent de leur propre plate-forme d'approvisionnement.

Pour s'approvisionner, certaines de ces grandes surfaces frais ont créé des plates-formes de grossistes ou des centrales d'achats de grossistes.

Si le concept a connu un relatif succès au cours de sa phase de lancement, reste à suivre son évolution à l'avenir et sa généralisation ou non.

Les circuits courts : quel développement attendre ?

Les ventes à la ferme et paniers paysans, qui contribuent à la structuration des offres de type « circuits courts », apparaissent en 2007 largement minoritaires et restent anecdotiques pour les consommateurs, les hypermarchés et supermarchés concentrant près de 60 % des acheteurs et les marchés 25 %.

Cependant, 60 % des consommateurs semblent être intéressés par les légumes ou les salades provenant de leur commune ou des environs. Certaines grandes surfaces procèdent à un affichage en rayon des noms voire des photos des producteurs de fruits et légumes, cet affichage étant perçu comme un « certificat d'authenticité ».

(1) Deux régions concentrent 47 % des effectifs et 51 % des surfaces de vente des grandes surfaces frais.



Selon le rapport du groupe de travail « circuits courts de commercialisation », les « circuits courts » regroupent deux grands types de commercialisation : la vente directe des producteurs aux consommateurs (ventes à la ferme, collective, sur les marchés, ventes en tournée, par correspondance, AMAP, ...) et la vente indirecte, via un seul intermédiaire à la restauration ou à un commerçant détaillant. Environ 10 % de la production légumière totale passe par un circuit court, avec des performances différentes selon les régions. Ainsi, en Ile-de-France, 37 % de la production régionale passe par des circuits courts, contre 8 % en Provence. Dans certains départements comme le Var ou le Rhône, jusqu'à 50 % des ventes passent par des circuits courts.

Les « ventes au déballage », en réponse à des besoins ponctuels de déstockage

La loi de modernisation de l'économie du 4 août 2008 prévoit, dans le cadre des mesures prises pour favoriser la mise en place d'opérations promotionnelles, que les opérations de promotion de déstockage seront désormais possibles toute l'année.

Pour les fruits et légumes, les ventes dites « au déballage » consistent en une autorisation délivrée par les pouvoirs publics aux agriculteurs de vendre à un moindre prix, les produits agricoles en surproduction sur les parkings des grandes surfaces sur un temps limité. Ce déstockage rapide a également pour objet de parvenir à une régularisation des cours du marché.

Les fruits et légumes sont ainsi vendus par lots ou par plateaux, dans des conditionnements permettant un écoulement rapide.

Le hard discount : des collaborations avec des spécialistes ...

C'est au milieu des années 1990 qu'est apparu le phénomène du « frais discount », c'est-à-dire des surfaces de vente spécialisées, généralement gérées par un partenaire indépendant et adossées à des magasins de hard discount. Le développement de ce type de surface de vente semble aujourd'hui marquer le pas. Il existe plus de 200 magasins spécialisés de ce type en primeurs en France.

L'évolution des grossistes

Les grossistes ne sont pas absents de ce phénomène d'évolution des circuits de distribution de fruits et légumes, même s'ils ne s'adressent pas directement aux consommateurs finaux. Certains gros opérateurs évoluent ainsi vers une activité de centrale d'achats de grossistes alimentant plusieurs pays ainsi qu'un réseau de grossistes. Ils investissent également fortement le secteur de la restauration hors domicile (RHD), qui ne passe pas par la grande distribution.

Certains grossistes de grande taille se tournent également vers l'apport direct, achetant leurs produits aux producteurs qui assurent une prestation de conditionnement sans recours aux expéditeurs. Cette tendance est particulièrement marquée dans certaines régions (sud-est) et pour certaines productions (salade).



Après une évolution marquée avec le « Paquet Hygiène » en 2005, une des préoccupations majeures des grossistes aujourd'hui semble être le développement des services aux clients :

prix bloqués pour les clients RHD qui veulent mieux maîtriser leurs achats et gérer leurs coûts pour la préparation des menus, ce qui nécessite le développement d'une ingénierie financière et commerciale spécifique,
recherche de produits avec certification « bio » ou commerce équitable, tant en 1ère qu'en 4ème gamme,
expertise produit avec apport d'informations techniques,
nouveaux types de conditionnements, par exemple en unités consommateurs ou en « colis famille »,
apport de « produits solutions », de produits innovants (« produits mûrs à point » par exemple) ...

Tendances lourdes

A côté de l'offre proposée par les grandes surfaces, qui connaît elle-même une évolution qualitative, se développent d'autres types d'offres, certaines allant dans le sens souhaité par les pouvoirs publics d'un raccourcissement des circuits de distribution. Cette tendance d'accorder une « prime aux circuits de proximité » constituera très certainement à la fois une menace et une source d'opportunités pour les expéditeurs dans les années qui viennent.

Incertitudes majeures à 5 – 10 ans

- *Dans un contexte où les circuits longs peuvent parfois poser des difficultés aux expéditeurs, le développement de circuits courts peut-il constituer une opportunité ?*
- *Quelle ampleur vont prendre les circuits courts ?*
- *Quelle place pourraient occuper les expéditeurs dans la perspective du développement des circuits courts ?*
- *Quelle ampleur va prendre la perte de parts de marchés de la grande distribution ?*
- *Si la part de la grande distribution dans la commercialisation des fruits et légumes frais connaissait une baisse continue, quels en seraient les impacts sur les pratiques d'achat des clients des expéditeurs ?*
- *Comment les expéditeurs vont-ils pouvoir répondre à la demande accrue de service, de produits nouveaux, d'innovations de la part de leurs clients ?*
- *Quid de l'orientation des expéditeurs ou de groupements d'expéditeurs vers des activités de distribution au consommateur ?*
- *Quel impact des pratiques de e-commerce sur l'évolution des circuits de distribution ?*



Facteur économique 3 : Evolution de la production de fruits et légumes

Définition du facteur

La diminution du nombre d'agriculteurs est un phénomène de fond dans l'agriculture française, depuis une cinquantaine d'années. Une baisse de la production des volumes de fruits et légumes est également constatée depuis cinq ans. Une nette tendance à la concentration se fait jour depuis de nombreuses années, avec, en toile de fond, une évolution des activités vers l'aval et des réflexions sur les adaptations des pratiques agricoles aux contraintes environnementales.

Situation actuelle

Après une phase de concentration, des exploitations pour lesquelles le facteur travail reste déterminant

Alors qu'elles ne représentent que 4 % des exploitations agricoles françaises, les exploitations de fruits et légumes sont à l'origine 12% de la valeur de la production agricole nationale. Un salarié agricole sur cinq travaille dans ces exploitations, qui génèrent également 30 % de l'emploi saisonnier.

Le facteur travail constitue un élément fondamental du modèle économique des exploitations de fruits et légumes puisque les cultures de fruits et légumes exigent de 7 à 20 fois plus de travail à l'hectare que les autres productions agricoles, les perspectives de mécanisation étant réduites.

Les producteurs de fruits et légumes sont aujourd'hui confrontés à un faisceau de contraintes particulièrement fortes : la place prédominante des grandes et moyennes surfaces dans la distribution de fruits et légumes frais, qui réduit leur pouvoir de négociation, le renforcement de la concurrence liée à l'entrée dans l'Union Européenne de pays à faibles coûts de main d'œuvre et à la libéralisation des échanges dans la zone euro-méditerranéenne, ...

Le secteur de la production des fruits et légumes en France a connu lui-même une forte évolution au cours des années 1990 - 2000, avec un nombre d'exploitations en très forte diminution, une disparition des petites exploitations mixtes au profit d'exploitation de grande taille et spécialisées, ... Cette évolution a été accompagnée par une volonté marquée des pouvoirs publics de voir la production agricole se concentrer. Ainsi, dans certaines régions, telles la région Languedoc-Roussillon, la diminution du nombre d'exploitations a atteint 55 % entre 1988 et 2000 et l'augmentation de la superficie par exploitation 72 %. Il en va de même pour la production de légumes.



Un élargissement des activités vers l'aval et une réflexion sur le type de production à favoriser

En augmentant leur taille pour faire face à l'évolution de leur secteur et aux problématiques de la reprise d'activité, les producteurs de fruits et légumes se sont également progressivement intéressés à l'élargissement de leurs activités vers l'aval, créant des stations de conditionnement et parfois des unités de commercialisation de leur production. De la même manière que certains expéditeurs ont élargi leurs activités vers la production, certains exploitants ont intégré le métier d'expéditeur à leurs activités.

Certains commercialisent ainsi leur propre production, ainsi que des produits achetés à d'autres. Le risque est donc présent pour les expéditeurs de voir se réduire progressivement leurs approvisionnements, conservant comme fournisseurs les plus petites exploitations.

Certains exploitants développent également la vente directe au consommateur, réduisant leurs volumes de production pour disposer du temps nécessaire pour assurer la commercialisation de leurs produits. Ils sont parfois soutenus dans cette démarche par les Chambres d'Agriculture, au travers, notamment, du développement du réseau « Bienvenue à la ferme », qui accompagne les producteurs souhaitant proposer leurs produits en vente directe, sur les marchés et dans certains lieux de vente spécialisés. Plus de 3000 exploitations proposant ce type d'approche sont répertoriées sur le site « Bienvenue à la ferme ». D'autres réseaux sont également proposés aux producteurs : « Chapeau de paille », GIE proposant la cueillette à la ferme, ou « Les marchés des producteurs de pays ».

Ce type de commercialisation va dans le sens des démarches de certains consommateurs, prêts à accepter des défauts visuels sur les produits si ses qualités gustatives et nutritionnelles sont au rendez-vous. Il permet également aux producteurs d'écouler des produits qui ne répondent pas aux normes de commercialisation ou aux exigences des cahiers des charges traditionnels.

Cette tendance à s'orienter vers la commercialisation pourrait être accentuée par l'impulsion donnée par les pouvoirs publics au développement des circuits de proximité. Le développement des AMAP et des marchés paysans offre également des opportunités nouvelles pour des exploitants en réflexion forte sur le devenir de leur activité.

Les questionnements en cours des exploitants sur le passage à l'agriculture biologique, fortement favorisée dans le cadre du Grenelle de l'environnement, avec des objectifs chiffrés ambitieux, pourraient également déboucher sur des conversions à l'agriculture biologique, séduisant en particulier les exploitants qui ne disposent pas d'une taille suffisante.



Tendances lourdes

Deux impacts majeurs émergent : la tendance des producteurs de fruits et légumes, par nature commercialisables sans transformation, à voir dans le développement de leurs activités vers l'aval un moyen de retrouver une valeur-ajoutée qui s'est progressivement érodée sur la partie production de leur activité et l'effet des politiques environnementales sur les pratiques de production.

Incertitudes majeures à 5 – 10 ans

- *Quels vont être les impacts sur les producteurs de fruits et légumes de l'impulsion donnée au développement des circuits de proximité et de l'agriculture biologique ? Impact anecdotique ou tendance de fond ?*
- *Quelle ampleur va prendre le phénomène de commercialisation directe par les producteurs de leurs produits ?*
- *Quels impacts de la réduction du nombre de producteurs (vieillesse de la population de producteurs notamment) sur l'orientation des expéditeurs vers la production ?*
- *Va-t-on connaître une augmentation de la part des produits importés par rapport à la production nationale ?*



Facteur économique 3 : Recherche d'optimisation des circuits logistiques

Définition du facteur

Les enseignes de la GMS et les grossistes ou groupements de grossistes de grande taille cherchent à optimiser leurs circuits logistiques et développent des pratiques qui pourraient être à l'origine de bouleversements importants pour les expéditeurs. Les contraintes environnementales participent à cette évolution, notamment du fait des impacts de la « taxe carbone » ...

Situation au cours des quinze dernières années

- Une montée en puissance de la grande distribution dans les ventes de fruits et légumes frais qui a été à l'origine d'une centralisation et d'une concentration des achats,
- La mise en place par la grande distribution de plates-formes logistiques, chargées de réceptionner les produits des fournisseurs et de les préparer à l'attention des magasins,
- L'organisation du secteur des grossistes et les regroupements de grossistes avec la création de centrales d'achat ou d'entrepôts.

Situation actuelle

Un renforcement des contraintes temporelles imposées aux expéditeurs

Les exigences du secteur de la grande distribution au cours des dernières années en matière de garantie de livraison pèsent sur les expéditeurs, qui doivent être en mesure de préparer des commandes dans un temps très contraint, alors même que leurs prestataires transporteurs, qui sont eux-mêmes soumis à des contraintes temporelles fortes, ne sont pas en capacité d'attendre une fin de préparation de commande qui tarderait.

Or, si les expéditeurs disposent dans leur grande majorité d'une expertise reconnue pour acheter, conditionner et expédier les produits, peu semblent avoir investi dans les savoir-faire liés à la gestion du temps, l'organisation de nouvelles réponses aux exigences des cahiers des charges ou les contrôles de conformité des commandes expédiées. Pourtant, les sources d'erreur sont multiples tant les conditionnements ont connu un développement marqué au cours des dernières années : supports palettes multiples, conditionnements bois, carton, plastique, différents formats, ...



Compte tenu des délais de passation de commande des enseignes de la grande distribution, les expéditeurs sont parfois contraints de préparer les commandes avant qu'elles ne soient confirmées pour répondre aux exigences de livraison. Ainsi, les pratiques vont dans le sens de l'envoi d'une prévision de commande à l'expéditeur par la centrale d'achats dans l'après-midi, pour un départ le lendemain matin, et une livraison à la plateforme le surlendemain.

La livraison est confirmée le matin du départ avec la commande globale plus précise en fonction des demandes des magasins

Or en cas d'écart important, il est alors nécessaire de reconditionner, changer d'emballage, de palette, ...générant un surcroît de coûts.

Ce phénomène est accentué par le fait que certaines centrales d'achat de la grande distribution ont tendance à passer leurs commandes de plus en plus tardivement, générant des reconditionnements, des changements importants dans l'organisation du travail, ...Même si certaines enseignes ne constatent pas de raccourcissement notable des délais de passation de commande, la capacité à développer une réactivité à court terme devient essentielle pour les expéditeurs.

Vers des préparations de commandes destinées aux magasins ?

Par ailleurs, il apparaît que certaines enseignes tendent à demander aux expéditeurs de réaliser une préparation de commande plus fine que par le passé car destinée non pas aux plates-formes logistiques mais directement aux magasins les plus importants. Cette pratique a un effet non négligeable sur les coûts de passage en station de conditionnement et sur les compétences attendues des agents logistiques assurant la préparation de commandes. Ainsi, ce ne sont plus des palettes homogènes qui sont préparées, mais des palettes plus petites combinant plusieurs produits, parfois en provenance de plusieurs fournisseurs ou plusieurs conditionnements d'un même produit.

Si elle se confirme, cette tendance pourrait également avoir des impacts sur les besoins en locaux, les stations de conditionnement ne disposant pas, pour l'heure, de place suffisante pour permettre la mise en attente de palettes demandant à être complétées et alloties. Les pratiques de récolte dans les exploitations pourraient aussi s'en trouver impactées, la préparation de commandes pour magasin nécessitant une disponibilité simultanée de différents types de produits.

Plusieurs arguments plaident en faveur du développement de cette tendance à raccourcir les circuits logistiques. Ainsi, l'instauration prochaine d'une « taxe carbone », de même que la remontée des prix du pétrole, devraient avoir des impacts non négligeables sur l'organisation des transports de fruits et légumes frais, en particulier ceux destinés à la grande distribution. Il ne serait en effet pas étonnant que les enseignes envisagent que les expéditeurs livrent, en franco ou prix départ, les gros hypermarchés qui représentent des volumes importants, plutôt que de livrer les plates-formes logistiques qui, elles mêmes, déclenchent de nouveaux transports pour dispatcher les produits.



Vers une régionalisation accrue des achats ?

Dans le même ordre d'idée, il est probable que la grande distribution choisisse de manière progressive de régionaliser davantage ses achats, de favoriser les productions régionales, voire de réduire ses propositions de produits de contre-saison. De fait, alors que la vente au consommateur régresse en conséquence d'une diminution du nombre de maraîchers de « ceinture verte », il apparaît que la vente directe à la distribution par les producteurs connaît la tendance inverse, signe d'un regain d'intérêt de la grande distribution pour les approvisionnements de proximité.

Les expéditeurs auraient dans ce cas un rôle nouveau de « sourceur », destiné à trouver, dans une zone donnée, une offre de produits régionale correspondant aux besoins de la grande distribution et à organiser sa mise à disposition dans les points de vente en optimisant les transports. Un autre rôle de dynamisation de la production serait peut être également à envisager, de manière à élargir l'offre de produits cultivés dans une région donnée.

C'est en effet à cette condition que la filière parviendra à faire en sorte que les évolutions en cours, notamment du point de vue des préoccupations environnementales, soient bénéfiques aux produits français et les avantagent par rapport aux produits d'importation. En effet, les produits d'importation arrivant par bateau dans des containers optimisés peuvent être concurrentiels en matière d'empreinte environnementale. La rationalisation des transports locaux et nationaux sera dans ce contexte un élément clef pour les produits français.

Cette évolution est également présente pour le secteur des grossistes : les préoccupations environnementales conduisent certains acteurs à rechercher une optimisation des circuits de distribution qui devrait impacter les activités logistiques : mise en place d'entrepôts référents chargés de la relation commerciale et de la gestion administrative et financière des commandes, recherche des entrepôts de proximité les mieux placés pour livrer les clients, ...

Cela pourrait conduire les fournisseurs, dont les expéditeurs, à devoir planifier davantage en amont leurs activités, à devoir être capable de mixer les produits ou les conditionnements sur une même palette, à industrialiser et à professionnaliser le processus de commande et de préparation de commande.



Tendances lourdes

- La recherche de réponses à l'instauration de la taxe carbone et à l'augmentation du prix du pétrole par la grande distribution,
- La recherche d'une fraîcheur accrue des produits livrés en magasin,
- La recherche d'une rationalisation du transport et la régionalisation des achats

Incertitudes majeures à 5 – 10 ans

- *Jusqu'où va aller la tendance en cours de rationalisation des circuits logistiques ?*
- *Quelles évolutions cela va-t-il demander aux expéditeurs en matière de finesse des préparations de commandes, d'entreposage, d'expédition, de réorganisation du travail avec la production, de développement d'un rôle d'interface plus complexe entre l'amont et l'aval, de manière à avoir assez de stock pour satisfaire les magasins mais pas trop pour ne pas risquer de pertes ?*



Facteur économique 5 : Développement des échanges internationaux de fruits et légumes

Définition du facteur

L'organisation mondiale des échanges commerciaux, notamment de produits alimentaires, connaît des évolutions notables, qui pourraient demain fonder des arbitrages marqués en matière de localisation des productions agricoles.

L'évolution de ces échanges est suivie et analysée dans de nombreuses études. Les expéditeurs exportateurs eux-mêmes entrent dans des stratégies de recherche de produits hors des frontières françaises, notamment pour conserver un courant commercial continu avec leurs clients, en particulier en hors saison.

Situation actuelle

Le marché mondial des fruits et légumes représentait en 2007 50 milliards d'€ par an, la majorité des échanges internationaux étant aux mains des pays de l'Union Européenne. L'Europe est en effet le premier importateur mondial de fruits et légumes devant le Japon et le second exportateur mondial derrière les Etats-Unis. La France est quant à elle le troisième producteur de fruits et légumes en Europe derrière l'Italie et l'Espagne.

Or, se sont développés dans ces pays au cours de la dernière décennie de grosses coopératives et de gros metteurs en marché centralisant la commercialisation de fruits et légumes locaux et bénéficiant d'une force de frappe considérable. Ainsi, dès le début des années 1990, des coopératives de second degré telles qu'ANECOOP en Espagne ou CONECOR en Italie regroupaient chacune plusieurs milliers de producteurs et plusieurs coopératives associées. Ainsi, ANECOOP réunit plus d'une centaine de coopératives appartenant aux différentes Régions Autonomes espagnoles. Plus récemment, le Maroc a procédé à une organisation de sa commercialisation, notamment pour ses exportations de tomates.

Ainsi, contrairement à la France, les gros pays producteurs ont fortement concentré leurs activités de commercialisation.

La France est aujourd'hui fortement concurrencée par les importations en provenance de différents pays (Chili, Etats-Unis, ...). Elle exporte essentiellement vers les pays de l'Union Européenne (pour les fruits frais, 85 % des ventes en volume et 86 % des ventes en valeur et pour les légumes frais, 92 % des ventes en volume et 90 % en valeur en 2006).

Hors Union Européenne, ce sont les exportations vers la Suisse, suivie de la Russie, qui sont les plus importantes. Des efforts restent à accomplir à l'échelon européen pour favoriser les exportations de fruits et légumes vers certains pays tels que la Chine, où les importations en provenance de pays tels que les Etats-Unis sont encore très fortes.



Des protections mutuelles entre marchés : le cas de la Russie ...

Pour protéger leurs producteurs de fruits et de légumes, l'Union Européenne, les Etats-Unis et le Japon ont instauré de droits saisonniers et de prix d'entrée permettant de réglementer les importations sur leurs territoires respectifs. C'est le cas par exemple en Europe pour les agrumes, les pommes, le raisin, les poires et les tomates. Les Etats membres de l'Union Européenne se sont cependant engagés dans une démarche collective en vue de travailler de manière concertée sur la levée des barrières non tarifaires.

La Russie constitue quant à elle le 2^{ème} importateur mondial de fruits et le 4^{ème} importateur de légumes, les importations de fruits et légumes ayant suivi une évolution continue et marquée, avec des taux de progression à deux chiffres, au cours des dernières années.

Ce pays présente de surcroît un potentiel de développement important en matière de consommation de fruits et de légumes, la consommation moyenne par habitant y étant inférieure à celle des pays d'Europe occidentale.

Or ce pays souhaite limiter ses importations de produits alimentaires et augmenter sa production de fruits et légumes. Il a donc mis en place en juillet 2008 un ensemble de mesures visant à renforcer les exigences sanitaires et portant essentiellement sur la mesure des résidus de pesticides, nitrates et nitrites présents dans les végétaux. Cela pourrait représenter à terme une perte importante de marché pour les exportateurs de l'Union Européenne, en particulier pour la pomme, qui constitue le produit leader de l'offre française sur les marchés extérieurs, la poire, les agrumes, la tomate, la salade, la carotte et l'oignon.

Situation à venir

L'analyse prospective effectuée en 2008 par l'Observatoire des métiers des industries alimentaires fait apparaître une évolution du contexte économique pour les produits agricoles qui pourrait s'effectuer selon quatre scénarios différents. L'analyse se situe à horizon 2020 :

- Un scénario dit de « marginalisation de l'Europe », qui verrait le centre de l'économie mondiale se déplacer vers le Pacifique et l'Europe marginalisée entre des pays émergents en croissance soutenue et les Etats-Unis, toujours présents dans la compétition économique mondiale. Ce scénario pose l'hypothèse d'une absence de crise énergétique majeure et un allègement de la politique agricole commune. La résultante en serait une marginalisation de la France dans les échanges agro-alimentaires mondiaux, avec une baisse de la part de ses exportations, à l'exception de produits « haut de gamme ». Les expéditeurs exportateurs seraient dans ce cas sur des marchés plus locaux, et jouerait un rôle majeur dans l'importation de fruits et légumes en provenance de région économiquement performantes.



- Un scénario dit de « retour au local », fait l'hypothèse d'un contexte de crise, notamment énergétique, aboutissant à un repli sur eux-mêmes des pays et des pratiques visant à limiter l'impact environnemental des activités économiques en particulier l'agriculture. Les produits agricoles seraient munis d'une étiquette environnementale – ce qui devrait être le cas prochainement – et la réglementation sanitaire s'intensifierait. Ce scénario aboutirait à une baisse des échanges agro-alimentaires, les exportations européennes restant dans une zone géographiquement proche avec une tendance à la relocalisation des activités de production en Europe, dans la proximité des centres de consommation. Les expéditeurs exportateurs se trouveraient dans ce cas dans leur rôle traditionnel de valorisation de la production locale et régionale, à moins que cette évolution économique favorise fortement les circuits de proximité, en particulier à la faveur de la crise énergétique.
- Un scénario dit d' « échanges de qualité », qui verrait se développer une crise de croissance des pays émergents, et un positionnement de l'Europe en faveur du développement d'échanges solidaires, tant localement que globalement. Ce scénario aboutirait à un développement des accords commerciaux dans le domaine agricole avec les pays du pourtour méditerranéen et l'Afrique subsaharienne, ainsi qu'à un accord avec le Mercosur en faveur du développement de pratiques d'agriculture raisonnée, en échange de biocarburants. En France, les échanges agroalimentaires se porteraient en priorité sur des produits ayant opté pour une approche qualité et présentant toutes les garanties de traçabilité, produits du terroir, produits bio, produits de seconde transformation, les produits de premier prix étant importés. Dans ce scénario, les expéditeurs exportateurs pourraient trouver une place centrale dans les échanges de fruits et de légumes, avec un accent à mettre sur les politiques de marque et de valorisation des atouts des produits français, tant en termes de qualité nutritive qu'en termes de sécurité alimentaire. Ils pourraient également être conduits à renforcer leurs capacités à importer pour faire face aux demandes de produits de bas prix. Des efforts importants seraient également à effectuer en matière d'appui technique à la production.
- Un scénario dit de « triomphe technologique », qui verrait une attention renforcée portée au développement et à l'usage des technologies pour lutter contre le développement des grands pays émergents, les tensions liées au changement climatique et les risques pesant sur l'énergie. Ce scénario verrait la PAC se libéraliser et l'Europe fournir des efforts importants sur les biotechnologies et sur le développement d'une réglementation sanitaire favorisant les aspects nutritionnels et les produits sains. La place des fruits et légumes frais produits en France et non transformés se poserait avec une acuité particulière dans ce contexte, qui favoriserait clairement l'industrie de transformation.



Les tendances lourdes

Un mode de développement des échanges commerciaux de fruits et légumes qui va être impacté par plusieurs facteurs potentiellement divergents et une façon de raisonner le local et la question des transports qui devraient avoir des effets notables sur les échanges mondiaux.

Les incertitudes majeures

- **Quel va être l'impact des préoccupations environnementales sur les importations de produits en provenance de l'hémisphère sud et les exportations avec transport long ? Va-t-on connaître une profonde remise en question ou un effet anecdotique ?**
- **Quels vont être les effets des efforts de l'Union Européenne pour lutter contre les barrières non tarifaires ?**
- **Quelles sont les parts de marché pouvant être potentiellement prises par les pays émergents bénéficiant d'une main d'œuvre meilleur marché, en particulier sur les productions premiers prix ?**
- **Quelles opportunités à saisir pour valoriser les capacités de production de fruits et légumes en France, qui s'appuient notamment sur les ressources en eau ?**



Facteur économique 6 : Incitation des pouvoirs publics au développement des circuits de proximité

Définition du facteur

Les pouvoirs publics se prononcent en faveur de l'instauration et du développement de circuits de proximité dans le domaine alimentaire. Dans le secteur des fruits et légumes, les circuits de proximité sont constitués par les ventes de fruits et légumes aux consommateurs ou aux distributeurs sur un territoire donné, telles que les ventes sur les bords des routes, sur les marchés, à la ferme, ou dans le cadre d'initiatives de type « AMAP » ou « paniers paysans » pour les ventes au consommateur et vente aux hypermarchés, supermarchés, aux détaillants primeurs, aux restaurants ou les ventes des producteurs sur les marchés de gros pour les ventes à la distribution. Certains producteurs se réunissent également autour de points de vente collectifs.

Les Assises de l'Agriculture et les réflexions conduites dans le cadre des travaux du Grenelle de l'environnement ont mis en évidence l'intérêt du développement des circuits de proximité pour répondre aux attentes des consommateurs. Parallèlement, un regain d'intérêt des consommateurs pour les produits locaux est constaté.

Situation au cours des dernières années

Pas d'incitation de la part des pouvoirs publics. La part des circuits de proximité en quantité de légumes vendus frais par les producteurs est stable depuis 1996.

Les exploitations « spécialistes » du circuit de proximité : moins de spécialisation, une taille plus petite...

Selon le rapport « circuits courts de commercialisation » remis en mars 2009, il apparaît que « le nombre d'exploitations agricoles réalisant de la vente directe s'élevait à 88 600 en 2005 », ce qui signifie que « 16,3 % des exploitations agricoles font de la vente directe, dont 47% qui transforment les produits ».



La plupart de ces exploitations sont localisées à proximité des centres urbains. Détenues généralement sous la forme d'une exploitation individuelle, leur surface moyenne est inférieure à celle des autres exploitations légumières, leur extension étant limitée par les besoins en main d'œuvre générés par les ventes au détail. La plupart des exploitations spécialisées dans le circuit de proximité vendent directement au consommateur et proposent en général une gamme de produit plus large que les autres exploitations. Par ailleurs, elles sont peu nombreuses à être membres d'une organisation de producteurs (moins de 5 %) et font plus que les autres appels à la main d'œuvre familiale.

Une enquête réalisée par le Ministère de l'Agriculture en 2005 a par ailleurs mis en évidence que plus du tiers des producteurs de fruits et légumes vendant au moins en partie leur production par un circuit de proximité. Seules 25 % des exploitations sont en revanche spécialistes de ce mode de commercialisation, étant considérées comme « spécialisées » dans le circuit de proximité les exploitations commercialisant au moins les $\frac{3}{4}$ de leur production de cette manière.

Le recours au circuit de proximité est plus développé pour certains produits. C'est le cas pour les haricots verts, les asperges, les citrouilles, les aubergines, les poivrons, les salades, les fraises et les courgettes.

Les exploitations pratiquant la commercialisation « mixte » : des tailles plus importantes

Les exploitations légumières pratiquant une commercialisation mixte le font dans l'objectif de diversifier leurs débouchés. Leur taille est plus importante que celle des exploitations spécialisées dans le circuit de proximité vendant directement au consommateur mais plus petite que les exploitations spécialisées vendant exclusivement à la distribution.

Un regain d'intérêt récent pour les circuits de proximité

La recherche de nouveaux débouchés par les producteurs engendrerait ces dernières années un regain d'intérêt pour les circuits de proximité. Cet intérêt est également le fait de jeunes exploitants exerçant leurs activités dans des structures de petite taille, souvent en agriculture biologique. Il pourrait s'agir de leur part d'une vision particulière du métier de producteur.

Pour les détaillants, le principe du circuit de proximité permet de proposer des produits présentant une fraîcheur et une qualité optimales. Pour les GMS, la proximité des producteurs permet une plus grande souplesse dans les approvisionnements. Il semblerait que si la vente en direct à la distribution n'est pas un phénomène nouveau, certains magasins de grande distribution développent de façon volontaire une offre structurée de produits frais locaux, ce qui est une tendance beaucoup plus récente. Recherche de différenciation vis-à-vis de la concurrence et allègement des chaînes logistiques seraient à l'origine de ces initiatives.



Des initiatives en « circuit de proximité » sur un mode collectif ...

Les circuits de proximité se structurant progressivement, se développent des démarches collectives de commercialisation. Celles-ci peuvent être développées sous l'impulsion de différents acteurs locaux (syndicat, chambre d'agriculture, ...) et déboucher sur la création d'un syndicat, d'une association, d'une SICA, d'une coopérative, permettant d'organiser la production sur le marché local ou de la regrouper, d'assurer un suivi technique des producteurs, ou encore de mettre en place une organisation permettant de répondre aux exigences d'un ou de plusieurs circuits de distribution, dont la grande distribution. Peuvent ainsi être développées des marques commerciales mettant en évidence l'origine locale de la production.

Les tendances lourdes

Si le développement des circuits de proximité s'est opéré essentiellement du fait d'initiatives émanant des producteurs, des consommateurs ou des Chambres d'Agriculture, ce sont désormais les pouvoirs publics qui portent cette volonté. Ainsi, le Ministère de l'Agriculture a lancé courant 2009 un groupe de travail sur les circuits de proximité⁽¹⁾ afin d'identifier les freins et les leviers de développement de ce type de circuit de commercialisation.

Ce groupe de travail a pour mission de produire un rapport préconisant un ensemble d'actions pouvant être mises en œuvre pour développer les circuits de proximité.

Cette réflexion est conduite par la Direction Générale des Politiques Agricole, Agroalimentaire et des Territoires en lien avec la Direction Générale de l'Alimentation. Elle fait suite au rapport NIHOUS publié en juillet 2008, consacré plus globalement à la diversification et à une étude du Conseil Général de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Espaces Ruraux en 2008 sur les circuits de proximité commanditée par le Cabinet du Ministre de l'Agriculture.

Les partenaires invités à participer à ce groupe de travail sont issues de différents horizons : les Organisations Professionnelles Agricoles, l'Institut National de la Recherche Agronomique, la Fédération Nationale des Centres d'Initiative pour Valoriser l'Agriculture et le Milieu Rural, Terres en villes, les Associations pour le Maintien de l'Agriculture Paysage, Jardin de Cocagne, la Fédération des Parcs naturels régionaux, ...

(1) Ventes de fruits et légumes réalisées directement par les producteurs aux consommateurs ou aux distributeurs, telles que les ventes sur les bords des routes, sur les marchés, à la ferme, ou dans le cadre d'initiatives de type « AMAP » ou « paniers paysans » pour les ventes au consommateur et vente aux hypermarchés, supermarchés, ou détaillants primeurs pour les ventes à la distribution.



Le constat a été fait qu'il existait une certaine hétérogénéité dans l'organisation des circuits de proximité aujourd'hui, mais que ceux-ci représentent un potentiel « économique et sociétal » important.

Les propositions effectuées par le Conseil Général de l'Agriculture, de l'Alimentation et des Espaces Ruraux vont dans le sens d'une implication plus marquée du Ministère de l'Agriculture dans les réflexions à conduire en matière de développement des circuits de proximité et de la structuration d'outils permettant d'éviter les éventuels abus découlant de ce mode de commercialisation.

Des obstacles au développement des circuits de proximité ont cependant été identifiés, parmi lesquels figurent la difficulté des solutions mises en place à s'engager à mettre à la disposition des consommateurs une offre régulière et pérenne. La question de la formation des producteurs aux métiers de la vente a également été abordée. Par ailleurs, il s'avère que ce type de mode de commercialisation implique pour les producteurs d'acquiescer des équipements adaptés et de prendre en charge un surcroît non négligeable de temps de travail. Les questions de l'accès aux appels d'offres, du financement du lancement de l'activité et de la mutualisation des informations des producteurs sur le sujet ont également été abordées dans les réflexions.

Il a été admis dans les échanges qu'une recherche de complémentarité entre circuits de proximité et circuits longs devait être effectuée même si les circuits de proximité tels qu'ils existent aujourd'hui auront besoin de se renforcer et de structurer pour répondre aux attentes sociétales et des consommateurs. Pour ce faire, des outils spécifiques devront être développés, en matière de transport, de gestion logistique, de plateformes de commercialisation ou de capacité à répondre à des appels d'offres en provenance de la restauration collective par exemple.

Les résultats effectifs de cette volonté affichée de développer les circuits de proximité sont cependant à moduler. En effet, il apparaît qu'en 2007, seulement 1 % des achats de fruits et légumes (en volume) s'est opéré au travers de la vente directe. Par ailleurs, moins de 3 % des tonnages mis en marché par les producteurs de légumes frais ont été le fait d'exploitations spécialisées dans les circuits de proximité en 2007.

Les incertitudes majeures

- *Quel va être l'ampleur prise par le phénomène des circuits de proximité si les pouvoirs publics lui accordent un soutien ? Anecdote ou transformation de fond ?*
- *Quel rôle pourrait être joué par les expéditeurs dans cette nouvelle forme de distribution ?*
- *Quelle réorganisation à venir des métiers au sein de la filière fruits et légumes, sachant que différents acteurs (grossistes, expéditeurs, producteurs) tendent à développer leurs activités vers la commercialisation ?*



Facteur économique 7 : Evolution des pratiques de la grande distribution en matière de développement durable

Définition du facteur

Les préoccupations environnementales portées par les organisations non gouvernementales, les pouvoirs publics et le grand public sont à l'origine d'une évolution des pratiques dans la grande distribution. Au sein des groupes de grande distribution à prédominance alimentaire américains et européens, des démarches se mettent progressivement en place, devant les obligations réglementaires en cours de développement.

Situation au cours des dernières années

Une prise de conscience engagée dès les années 1990 dans certains groupes de distribution à prédominance alimentaire ...

La prise en compte des questions environnementales n'est pas absente des pratiques du secteur de la grande distribution. Ainsi, certaines enseignes sont-elles déjà engagées dans des démarches de progrès prenant en compte le facteur environnemental.

Ce phénomène dépasse largement les frontières nationales. Ainsi, TESCO, leader de la grande distribution en Grande-Bretagne, a mis en place dès 1991 un code de pratiques agricoles permettant de garantir des systèmes de production et de manipulation des produits durables. Ce code, imposé dans un premier temps aux fournisseurs britanniques, a été élargi en 2006 à l'ensemble des fournisseurs mondiaux du groupe.

Baptisé Nature's Choice, ce code couvre un ensemble de points clés : utilisation raisonnée de produits phytosanitaires et des engrais, prévention contre la pollution, protection de la santé des ouvriers, utilisation de l'énergie, gestion de l'eau et des ressources naturelles, recyclage des déchets et prévention de la faune et de la flore.

Tesco est par ailleurs impliqué dans d'autres initiatives dans le domaine du développement durable. C'est le cas de l'expérimentation de plusieurs centaines de projets de recyclage et de réduction d'emballage, ou encore du lancement d'une étiquette carbone pour les produits alimentaires, avec un engagement du groupe de communiquer les émissions de CO2 pour les 70 000 produits alimentaires présents dans les rayons de ses magasins.

Cette action est réalisée avec le soutien du Ministère de l'environnement britannique et de Carbon Trust, agence qui a mis au point une méthode de calcul en la matière. Celle-ci prend en compte l'ensemble des émissions de gaz à effet de serre sur tout le cycle de vie du produit. Elle intègre donc la distance parcourue par les produits, ainsi que les matériaux de base utilisés, procédé de fabrication et la gestion de la fin de vie des produits.



En France : des initiatives concrètes

Les groupes de grande distribution français sont engagés depuis plusieurs années dans des actions concrètes en faveur du développement durable. Ainsi, le groupe Carrefour est engagé aux côtés d'autres entreprises dans le « Carbon Disclosure Project », organisation indépendante à but non lucratif qui détient la plus importante base de données mondiale sur les pratiques des entreprises en matière de lutte contre le changement climatique, la communication de données par les entreprises s'effectuant sur la base du volontariat.

Par ailleurs, la Fédération des entreprises du Commerce et de la Distribution (FCD) a signé en janvier 2008 avec le Ministère de l'Écologie un accord visant à renforcer dans les rayons la part des produits alimentaires dotés d'un éco-label ainsi que des produits d'origine biologique, à réduire leur production de déchets d'emballage, à généraliser les bilans carbone des magasins et à informer les consommateurs sur l'impact des produits alimentaires qu'ils achètent. Le groupe Casino a été particulièrement actif en la matière, puisqu'il a mis en place un « indice carbone » pour les produits alimentaires de sa marque depuis juin 2008. Celui-ci est exprimé en « gramme équivalent CO2 pour 100 grammes de produit » et intègre les différentes étapes du cycle de vie du produit qui sont la production, la fabrication, le transport, l'emballage et la distribution.

L'accord prévoit la réalisation d'un étiquetage environnemental pour 300 produits à l'horizon 2010.

L'image des enseignes au centre des débats ...

Par ailleurs, des classements d'enseignes en fonction de leur empreinte environnementale réalisées par des associations indépendantes ou des organisations non-gouvernementales circulent et exercent une influence sur les comportements des entreprises de la grande distribution. Ainsi, chaque trimestre, Greenpeace publie son classement des entreprises selon leurs efforts pour réduire leur empreinte environnementale.

Les enseignes ont par conséquent tendance à inscrire dans leurs cahiers des charges des contraintes plus fortes que celles qui sont imposées par la réglementation en matière, par exemple, d'utilisation de produits phytosanitaires. Certaines peuvent également faire évoluer leurs exigences en matière d'utilisation de pesticides en cours de saison, sous l'influence de la parution d'une enquête.

Les tendances lourdes ...

Une poursuite de cette prise en compte environnementale voire une accélération, les exigences des acteurs de la grande distribution étant souvent plus fortes que la réglementation.

Les incertitudes majeures à 5 - 10 ans

Quelle capacité des expéditeurs à influencer sur les pratiques de la production en matière de bio, d'éco-label, de mesure et de réduction des résidus de pesticides ? Quel type d'accompagnement peuvent-ils proposer ?



Les facteurs démographiques et organisationnels





Organisation des reprises d'entreprises et développement en continu des opérations de croissance externe

Définition du facteur et situation actuelle

Les données issues des travaux de l'Observatoire du Commerce Interentreprises (OCI) mettent en évidence que la question des reprises d'entreprise pourrait se poser avec une acuité particulière dans les années à venir, en particulier dans les entreprises de petite taille.

Ainsi, il apparaît que la moyenne d'âge des chefs d'entreprise de la branche est de 51 ans, les dirigeants des entreprises de 10 salariés et plus étant en moyenne plus jeunes de 2 ans (avec 49 ans). A noter, 32% des chefs d'entreprise ont plus de 55 ans (27% dans les entreprises de 10 salariés et plus, contre 35% dans celles de moins de 10 salariés).

Par ailleurs, dans les entreprises d'expédition exportation de fruits et légumes, 54% des chefs d'entreprise ont un statut de salarié. Ce sont dans les entreprises de 10 salariés et plus que les chefs d'entreprises sont le plus souvent salariés (avec 68% contre 46% dans les entreprises de moins de 10 salariés).

On note également au cours des dernières années une augmentation des opérations de croissance externe, aboutissant à une réduction du nombre d'entreprises dans le secteur.

Les tendances lourdes ...

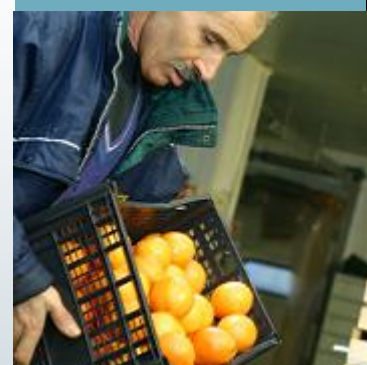
Un renouvellement à prévoir dans les 5 à 10 ans à venir d'une part non négligeable des dirigeants d'entreprise, en particulier dans les petites structures, souvent issues d'une activité familiale.

Les incertitudes majeures à 5 - 10 ans

- *Quelle capacité des entreprises de la branche à organiser les reprises d'entreprises en l'absence de repreneurs « naturels », c'est-à-dire les enfants des dirigeants actuels ?*
- *Quels impacts sur la structure de la typologie des entreprises de la branche ?*
- *Quels risques de pertes de marché en cas de rachat de l'activité par des acteurs hors branche ?*



Remerciement Bibliographie





Remerciements

Nous adressons nos remerciements pour la qualité de leur accueil et leur disponibilité à l'ensemble des personnes qui ont contribué à cette étude :

- Bernard BOURDON, Groupe Auchan,
- Bernard BRUYERE, Fédération du Commerce et de la Distribution,
- Corinne BURET, groupe CRENO,
- Frédéric CHAUVIN, GED Châteaurenard,
- Frédéric ROSSENEU, FRESHFEL,
- Richard VASSELIN, Pomona,

ainsi que les membres de la commission sociale de l'ANEEFEL et les expéditeurs exportateurs qui ont accepté de nous recevoir.



Bibliographie

Textes officiels

Projet de loi Grenelle 1
Règlement (CE) N 1221/2008

Documentation du CTIFL

- La réglementation de la commercialisation des fruits, légumes et pommes de terre, note technique, CTIFL, décembre 2008
- Les grandes surfaces frais en France : un concept en développement, Infos-CTIFL, septembre 2006
- Bilan 1990 – 2005, Observatoire des entreprises de gros et d'expédition de fruits et légumes frais, CTIFL, 2007
- Baromètre des lieux d'achats et modes de vente : le comportement du consommateur à la loupe, Infos-CTIFL, mars 2008
- Les achats de fruits et légumes en GMS : les formes d'arbitrage mis en place, Infos-CTIFL, juillet/août 2005
- Le commerce de proximité vu par le consommateur : perceptions et attentes, Infos-CTIFL, octobre 2005
- L'approvisionnement local par les producteurs : les consommateurs donnent leur point de vue, Infos-CTIFL, juin 2007
- Acheter, conserver, préparer, faire cuire les fruits et légumes : Les Français en mal de connaissances, Infos-CTIFL, juin 2008
- Le commerce de proximité : concepts de distribution et modes de vie des consommateurs, CTIFL, octobre 2005
- Le prix des fruits et légumes frais : qu'en pensent les consommateurs ? quelle place au moment de l'achat ?, CTIFL, Oniflhor, septembre 2005
- Les productions maraîchères de ceinture verte, valorisation de la proximité par les circuits courts, CTIFL, septembre 2007
- Grandes surfaces frais, état des lieux d'un nouveau concept de distribution, CTIFL, janvier 2007
- L'approvisionnement local par les producteurs : importance et perception des professionnels pour les circuits courts, Infos-CTIFL, juin 2007
- Les productions maraîchères de ceinture verte : valorisation de la proximité par les circuits courts, CTIFL, Viniflhor, septembre 2007
- 2004-2006, Observatoire des entreprises de gros et d'expédition de fruits et légumes frais, CTIFL.



Autres documents

- Le Grenelle de l'environnement, rapport du Rapporteur Général
- Synthèse et principales mesures du groupe 4 : « vers des modes de production et de consommation durables » (Grenelle de l'environnement)
- Charte nationale définissant les conditions d'insertion des AOP dans l'organisation économique des fruits et légumes, Ministère de l'Agriculture et de la Pêche, 13 mai 2005
- Etude prospective offre-demande alimentaire à l'horizon 2020, impacts sur les activités et les métiers, Futuribles pour Observia, Observatoire des métiers des industries alimentaires, mai 2008
- Note de veille du Ministère de l'Agriculture et de la Pêche, Prospective et évaluation n 19, avril 2009
- Casino, le concept du « Frais » est à la mode, Boursier.com, avril 2006,
- Qui saura copier Grand Frais ?, Linéaires.com, février 2009
- L'emploi et la compétitivité des filières de fruits et légumes : situation française et comparaison européenne, Aurélie DARPEIX, Emeline BERGERON, notes et études socio-économiques n 32, mars 2009
- Le marché des fruits et légumes : imparfait mais optimiste, Agefaforia, 2008
- Structure générique de la filière fruits et légumes, José GUALDE, ANECOOP, 1992
- Certiflash, lettre d'information du groupe SGS : « Tesco Nature's Choice aide l'environnement » !
- Le journal du développement durable

Sites internet

- www.aneefel.com
- www.eaufrance.fr
- <http://vegetable.blogspirit.com>
- <http://europa.eu>
- www.legrenelle-environnement.fr
- www.agri13.fr
- www.actu-environnement.com
- www.rsenews.com
- www.bienvenue-a-la-ferme.com
- www.novethic.fr
- www.anecoop.com



Observatoire prospectif du Commerce Interentreprises

INTERGROS

12, avenue Ampère – Champs sur Marne
77447 Marne-la-Vallée Cedex 2
Tél : 01.60.95.46.71

Organisation patronale

ANEEFEL

<http://www.aneefel.com/>

Organisations salariales



CFE – CGC Agro
<http://www.cfecgcagro.com>



Fédération des personnels du commerce, de la distribution et des service
<http://www.cgt.fr>



Fédération des services CFDT
www.cfdt.fr/



FGTA - FO
<http://www.fgtafofr>



CFTC
<http://www.cftc.fr/>

