

Évolution des systèmes de production légumiers dans un contexte changeant

Guinard Ludovic¹

¹Ctifl, Directeur Général Délégué, 22, rue Bergère, F-75009 Paris

Correspondance : guinard@ctifl.fr

1. Repli de la production française et concentration des structures

Si la France demeure un important producteur de légumes à l'échelle européenne (3ème rang), elle connaît depuis plusieurs années une érosion des surfaces et plus récemment de la production. Les gains de rendement ne compensent plus les réductions de surfaces. En dix ans, la production légumière a diminué de 800 000 tonnes. Cette tendance générale touche diversement les espèces légumières avec des baisses significatives pour les légumes d'hiver à cuire (choux, poireaux) ou certaines salades (laitues, chicorées). Les légumes crudités (tomate, concombre, carotte, melon), méditerranéens (courgette) ou cultivés sous serres et abris résistent mieux. Les structures de production se sont particulièrement concentrées, avec d'une part la réduction drastique du nombre d'exploitations légumières : -30 % en dix ans, pour les légumes et d'autre part l'accroissement des surfaces par exploitations. Globalement 6 000 exploitations couvrent près de 70 % des superficies.

2. Consommation génération dépendant

Actuellement le frais constitue encore une part dominante de la consommation de fruits et légumes (2/3 environ en valeur), les légumes représentant 11% du budget alimentaire (hors boissons). L'évolution des achats des ménages par espèce fait apparaître les tendances suivantes : ce sont les légumes fruits qui dominent dans le panier et qui ont le plus accru leur part depuis dix ans à l'exception de la tomate. A l'inverse, les feuillus sont globalement en repli. Les légumes racines et bulbes ont également un poids croissant grâce à la carotte et à l'oignon. Le repli de la salade entière (1ère gamme) a été compensé par le développement de la salade 4ème gamme. Les ménages qui achètent le plus de fruits et légumes frais ont plus de 50 ans, vivent en couple et ont des revenus supérieurs à la moyenne. L'âge est le facteur le plus discriminant : un ménage de plus de 64 ans achète plus de deux fois plus qu'un ménage de moins de 35 ans soulignant la faible culture et appétence pour les fruits et légumes de ces jeunes générations. Le revenu a un impact moindre, l'écart d'achat entre ménages modestes et ménages aisés est de 25 % en volume mais de 60 % en valeur.

3. Perspectives et enjeux

Une récente étude de prospective réalisée pour le compte du Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation dégage les principales tendances alimentaires du futur. Elle décrit un consommateur aux attentes multiples et met notamment en avant :

- Un intérêt croissant pour l'alimentation durable, les questions environnementales et éthiques (bio, gaspillage,...) ;
- La recherche de bien-être et santé, confortée par le vieillissement de la population, met l'accent sur le rôle de la nutrition et en particulier les atouts du végétal ;
- Une attention portée au rapport qualité – prix
- Le souhait de passer moins de temps aux tâches quotidiennes et une recherche de praticité tant pour l'achat que la préparation des repas (nomadisme, prêt à l'emploi, pratiques digitales) ;
- La réduction de la taille des ménages et la recherche d'une offre plus personnalisée ;

- Une recherche d'innovation sur les produits ou sur les modes de consommation ;
- Le souhait d'une plus grande transparence (traçabilité) et d'un engagement social et environnemental des entreprises.

Dans les dix prochaines années, la filière des fruits et légumes frais va subir un certain nombre de mutations dont certaines sont déjà bien engagées : mutations des modes de consommations et des circuits de distribution ; de la place de systèmes de production dans leur environnement ; des systèmes d'informations.

Au stade de la production, deux enjeux majeurs apparaissent :

- Améliorer la compétitivité des entreprises pour regagner des parts de marché en France et à l'international ;
- Etre capable de répondre aux exigences sociétales concernant l'impact éthique, environnemental et sanitaire des produits.

3.1 Développer la consommation des fruits et légumes

Le marché des fruits et légumes reste encore principalement un marché de masse où la faible différenciation des produits (tous les fournisseurs sont substituables) et le critère prix demeurent le fondement des relations commerciales, ce qui amène les acteurs concernés à privilégier la réduction de leurs coûts. Il apparaissait, il y a quelques années, que la majorité des opérateurs comptait avant tout sur leur capacité à réduire leurs coûts d'approvisionnement plutôt que sur leur capacité à mieux valoriser leurs ventes pour accroître leur bénéfice. Ces stratégies, accusées d'être « destructrices de valeur » sont de plus en plus remises en cause au sein de la filière. La création de valeur grâce à des produits diversifiés, à qualité identifiée et maîtrisée, est plus que jamais à l'ordre du jour.

Dans cette logique de différenciation des gammes, on peut faire l'hypothèse que le marketing de l'offre (segmentation, merchandising) prendra de plus en plus de place dans la filière et encouragera le développement des relations contractuelles entre acteurs, autour de marques concernant aussi bien des produits exclusifs que des démarches de qualité garantie.

3.2 Augmenter l'efficacité des entreprises de la filière dans un contexte de forte compétition européenne

L'innovation variétale et la capacité des entreprises à avoir accès rapidement à un nouveau matériel végétal adapté aux contraintes techniques de production et d'un marché concurrentiel resteront un élément clef dans la recherche d'efficacité économique face aux évolutions de la consommation.

La perte de compétitivité est attribuée en premier lieu au coût de la main d'œuvre, qui constitue encore un élément prépondérant du coût de production. Le développement de la mécanisation et l'automatisation ouvre de nouvelles perspectives pour la performance économique des systèmes.

Le marché des fruits et légumes frais est soumis à des fluctuations conjoncturelles de l'offre et de la demande, sources de déséquilibres et de relations conflictuelles entre acteurs de la production et de la distribution. L'amélioration des moyens et des techniques de conservation peut réduire ce risque en permettant une meilleure régulation de la mise en marché, tout en garantissant la qualité gustative exigée pour les produits frais.

3.3 Sécuriser les consommateurs et répondre aux attentes sociétales

Afin de satisfaire une demande de plus en plus individualisée, atomisée et exigeante en services, la maîtrise de la logistique des flux de marchandises et d'information devient un facteur essentiel de

réussite. L'émergence du e-commerce en témoigne. Formidable outil d'information et de logistique, il offre un accès large et rapide et repense les relations fournisseurs-clients. Un des enjeux futurs est sans doute l'adaptation de l'innovation technologique dans le domaine de la logistique au secteur particulier des produits frais afin de conjuguer réactivité et maîtrise des coûts.

La dimension environnementale est l'autre grand défi auquel est confrontée la production de fruits et légumes. Celle-ci est engagée dans des démarches de réduction des intrants depuis de nombreuses années et fait figure de précurseur au sein de l'agriculture. Les techniques alternatives aux produits phytosanitaires classiques de synthèse se diffusent : protections physique et mécanique, méthodes de biocontrôle. Leur maîtrise deviendra essentielle dans le maintien et le développement d'une production écologiquement durable. Mais la question de la performance économique demeure centrale car la garantie d'une valorisation auprès des consommateurs de ces nouveaux modes de production est loin d'être acquise, surtout s'ils deviennent la norme de demain. Selon les productions, des problématiques se posent aussi dans l'accès aux moyens de protection phytosanitaire avec un poids important des usages dits « orphelins » en légumes.

Parmi les autres problématiques de ce type, d'autres défis sont déjà là : l'accès à l'eau avec des risques accrus de pénurie, les conséquences du changement climatique sur les modes de culture et leur localisation, l'acceptabilité de certaines pratiques agricoles et les conflits de voisinage potentiels avec la population rurale. La mesure des services écosystémiques rendus par les systèmes de production incluant leur commercialisation est un enjeu futur pour l'image de la filière dans son ensemble.

4. De l'adaptation réactive à la co-construction

Dans cet environnement globalisé, concurrentiel, changeant, de plus en plus systémique et interconnecté, les acteurs sont appelés à s'ouvrir à des dynamiques partenariales inédites pour faire émerger des solutions elles-aussi inédites et rester ainsi compétitifs.

Il n'est plus un seul enjeu sociétal qui puisse être résolu par une famille professionnelle seule, et rare sont les enjeux techniques qui ne nécessitent de croiser les acteurs amont et aval de la chaîne de valeur. Ces partenariats inédits, et beaucoup restent à créer, nommés codesign, co-construction pour et dans l'usage, ... présentent de surcroît des intérêts majeurs d'apprentissage mutuel, de croisement culturel et de force de frappe commerciale. L'innovation doit ainsi être vue comme intrinsèquement en constante reconfiguration, nécessairement irriguée par les besoins et les pratiques des acteurs impliqués.

La digitalisation jouera un rôle crucial dans l'émergence de ces dynamiques de co-construction entre les acteurs de la filière. Elle devrait se traduire par des transformations socioculturelles profondes qui uniront le consommateur, le producteur et le distributeur au cœur de toute dynamique innovante.

En cela le territoire est la bonne échelle de mise en œuvre ; car il s'agit pour le succès de la co-construction de créer un écosystème d'acteurs locaux pour inventer des solutions qu'aucun des acteurs n'aurait pu trouver seul. La difficulté réside alors en l'établissement du juste équilibre au sein de ce réseau d'acteurs complémentaires aux intérêts en partie divergents, afin qu'ils puissent co-construire.

Face à ces mutations profondes, l'erreur serait de conserver les modèles anciens. Désormais les systèmes de productions doivent changer de paradigme et ne plus se voir comme la base de la filière ; mais comme un maillon interconnecté aux autres acteurs et consommateurs. Il leur appartient d'inventer de nouveaux modèles, et de faire preuve d'audace raisonnée pour développer la valeur ajoutée.

Une mise en garde toutefois : si l'agilité est devenue une nécessité pour s'adapter, la résilience s'affirme comme une condition de durabilité.