

AG DU SECTEUR CHAMPIGNON

Le champignon frais retrouve des couleurs

C'est la conclusion qui peut être tirée des assemblées générales de l'ANICC, du CTC et de la FNSACC qui se sont tenues le 19 mai chez Renaud Champignons à Pons en Charente-Maritime.

L'année 2015 a connu des évolutions de marché importantes » a débuté Mathieu Douaire, président de la FNSACC. La production est en effet passée sous la barre des 100 000 tonnes avec 98 000 tonnes produites. Une diminution liée à une baisse de la production destinée à la transformation (64 000 tonnes en 2015, soit - 11 % par rapport à 2014). On ne compte d'ailleurs plus qu'un seul site de transformation en France. De son côté, la production destinée au marché du frais continue de progresser avec 34 000 tonnes en 2015 (+ 17 % par rapport à 2014), grâce à la plus grande place accordée par la grande distribution à l'origine France, qui a pour conséquence la baisse continue des importations depuis 2008 (22 238 tonnes en 2015) et notamment des origines belges et hollandaises. À noter néanmoins que le champignon polonais, qui a bénéficié d'importantes aides européennes entre 2010 et 2012, continue de gagner du terrain. Pour inciter les consommateurs de champignon de Paris toujours plus nombreux (taux de pénétration de

61,4 % en 2015) à acheter français, les professionnels vont de nouveau réfléchir à la mention de l'origine sur leurs produits. Pierre Deloffre, président de France Champignon, a tenu à pointer la distorsion de concurrence pratiquée par l'Es-



De gauche à droite : Dominique Duchene, président du CTC ; Didier Motte, président de l'ANICC ; Mathieu Douaire, président de la FNSACC et Jean-Louis Renaud, champignoniste à Pons en Charente-Maritime.

pagne qui vend du champignon émincé frais à côté du champignon frais alors que la loi l'oblige à vendre ce type de produit en rayon réfrigéré. Il a été convenu qu'une action d'information de la grande distribution sur ce point précis serait faite par la filière qui va par ailleurs essayer de faire évoluer la loi. Autre point marquant de l'année 2015 :

l'évolution du nombre de champignonnistes. Passés de 58 à 54 entre 2010 et 2011, on en recensait 55 en 2014 et 56 en 2015. Si l'arrivée de nouveaux opérateurs sur le marché du frais est saluée par la profession, cette dernière déplore la non-implication de certains dans la vie de la filière. « Nous comptons parmi nous des passagers clandestins, qui profitent des actions que nous mettons en œuvre sans s'acquitter des cotisations » déplore Didier Motte, président de l'ANICC. « Mais je ne désespère pas d'arriver à les convaincre de nous rejoindre. Eux comme nous ont tout à y gagner ». Le CTC a quant à lui présenté les résultats de ses principaux programmes de recherche sur lesquels nous reviendrons dans un prochain article en septembre. Dernière information délivrée : Elodie Deckert, actuelle secrétaire générale de l'ANICC, quittera ses fonctions en septembre. On lui cherche un remplaçant... **CB**

1 : ANICC : Association Nationale Interprofessionnelle du Champignon de Couches
CTC : Centre Technique du Champignon (CTC)
FNSACC : Fédération Nationale des Syndicats Agricoles des Cultivateurs de Champignons

ÉTIQUETAGE NUTRITIONNEL

La FCD confortée dans le choix du système Sens

L'ANSES (Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation) vient de publier son rapport sur le Système d'étiquetage nutritionnel simplifié (SENS). À la demande des ministères compétents, l'ANSES a effectué un travail d'appui technique et scientifique, afin notamment d'évaluer la faisabilité du SENS. La FCD souligne que le rapport de l'ANSES conforte le système SENS. Ce système est le fruit d'un long travail scientifique entre des experts en nutrition, la distribution et les industriels. L'ANSES met en évidence que pour plusieurs catégories d'aliments, le SENS répartit les produits dans davantage de classes que le 5C, permettant de mieux guider le consommateur dans ses choix. L'ANSES constate que le SENS et 5C ont une faisabilité de calcul comparable à partir des données étiquetées



© JUNIAL ENTREPRISES

sur les emballages. Par conséquent, la mobilisation des distributeurs et des industriels pour le SENS augmente sa capacité à être un instrument opérationnel d'information des consommateurs. L'ANSES doit publier en juin prochain une analyse comparative des deux systèmes sur le plan nutritionnel. La FCD rappelle par ailleurs que le système SENS, ainsi que d'autres systèmes, seront testés en conditions réelles d'achats au second semestre 2016, selon un protocole scientifique, sous la gouvernance des trois ministères concernés (direction générale de la Santé, direction générale de l'Alimentation, et direction générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes). Les enseignes membres de la FCD participeront pleinement à ces expérimentations.

Royaume-Uni

La baisse de consommation de F&L frais se poursuit



Les producteurs britanniques ont éreinté les distributeurs nationaux suite à la chute de consommation de fruits et légumes frais. Malgré la baisse continue des prix depuis quatre ans, aux dépens des producteurs, les ventes de fruits ont baissé de 14 % entre 2007 et 2014, et celles de légumes de 5 %. Le National Farmers' Union, syndicat des agriculteurs, considère que les distributeurs ont failli à la promesse faite au gouvernement de promouvoir les ventes d'aliments sains. Pourtant, celles-ci contribueraient à réduire la crise d'obésité qui coûte quelque 5,1 milliards de livres par an aux services de santé nationaux. Les producteurs considèrent que les distributeurs ont une responsabilité morale sur le dossier alimentation et obésité. Les prix au détail des légumes auraient baissé de 8 % depuis mai 2012 et ceux des fruits de 3,1 %. Les familles du Royaume-Uni ne consomment en moyenne que 3 des 5 portions quotidiennes de fruits et légumes recommandés. Prisonniers de la guerre des prix entre enseignes, les producteurs dénoncent le fait que les enseignes utilisent leur pouvoir de marché pour écraser les prix à la production. Cette guerre des prix s'est enclenchée depuis que des enseignes comme Aldi et Lidl se sont octroyées 10 % de parts du marché alimentaire. Les producteurs de pommes et de poires subissent une très forte pression financière alors même qu'il serait possible de développer la production et de réduire les importations.

France

Un marché stable, sans plus

Si le marché français du haricot vert frais a réussi à se stabiliser avec une poignée d'opérateurs, il reste très peu dynamique, souffrant d'une consommation stable mais sans perspective.

CLAIRE BOUC

Véritabile star parmi les légumes transformés dont il est le numéro un en conserve et en surgelé (lire encadré), le haricot vert est a contrario le parent pauvre des légumes frais. Originaire d'Amérique du Sud, introduit en Europe au XVI^e siècle, il appartient à la famille des « fabaceae ». On le cultive pour sa gousse. Le haricot vert peut être de différents types : filet, mangetout ou filet sans fil encore appelé filet mangetout. Les gousses des haricots filets sont récoltées jeunes, avant l'apparition du fil et du parchemin qui leur permettent de s'ouvrir naturellement une fois arrivées à complète maturité. La gousse longue, fine et lisse des haricots filets tient très bien à la cuisson et reste craquante. Les haricots mangetout n'ont pas de fil ni de parchemin et restent tendres à un stade de croissance avancé. Ils peuvent être de couleur verte ou jaune : c'est le fameux haricot beurre, particulièrement fondant en bouche. Quant aux haricots filets sans fil ou filets mangetout, ce sont des variétés issues du croisement de variétés de haricot filet et de haricot mangetout, qui présentent moins de risque d'avoir des gousses filandreuses. Les haricots filets sont répartis en fonction de leur calibre : moyen (diamètre de gousse supérieur à 9 mm), fin (diamètre compris entre 6,5 et 9 mm) et extra fin (diamètre inférieur à 6,5 mm), ce dernier étant le calibre préféré des consommateurs. « *Ce qui est une hérésie !* » s'exclame Pascal Dupré, directeur de la société Yruce, qui produit et commercialise des haricots verts frais sous la marque

Le temps de préparation est le principal frein à la consommation des haricots verts frais.



Larry Covert. « En effet, plus la gousse du haricot est grosse, plus il est juteux et sucré et donc bien meilleur. Mais comme il est moins beau dans l'assiette et moins pratique pour en faire des fagots, il n'a pas les faveurs des consommateurs ». Fidèles à la tradition, les Français préfèrent toujours la longue gousse du haricot filet alors que le mange-tout de gros calibre s'est imposé partout ailleurs.

Une production concentrée

Selon Agreste, la production française de haricot vert frais se situerait aux alentours de 24 000 tonnes, essentiellement en Pays de Loire (21 %), Aquitaine (14 %) et dans le Centre (12 %)¹. De plus en plus concentrée, la filière du haricot vert frais ne compte plus qu'une poignée d'acteurs, parmi lesquels deux producteurs qui commercialisent leur production, Yruce dans les Yvelines et Verte Vallée en Touraine (800 tonnes), et trois collecteurs et metteurs en marché : Sacfel en Aquitaine (2 000 tonnes), Fleuron d'Anjou dans la vallée de la Loire (600 tonnes) et Plaine Saveur dans le Val de Saône. Tous récoltent à la machine et orientent la plus grande partie de leur production vers les circuits de la grande distribution à un prix de vente stable situé autour d'1 € le kilo. Chaque producteur possède sur son exploitation la machine permettant de récolter mécaniquement et la station pour trier, laver, conditionner et refroidir les haricots avant envoi à la coopérative ou au point de vente. Des investissements lourds, réalisés dans les années 90, que certains n'ont jamais réussi à amortir. Les rares producteurs qui cueillent encore leurs haricots à la main écoulent leur petite production via les circuits courts. Les haricots verts sont semés sous-abris à partir de fin mars et en plein champ à partir de mi-avril, toutes les semaines jusqu'au 20 juillet environ afin d'étaler la production et de garantir une qualité optimale. Ils sont récoltés en un seul passage de juin à octobre en moyenne.

Un incontournable du rayon estival

L'origine France est donc généralement disponible sur les étals à cette période. Si les haricots verts présentés en vrac (caissettes bois de 2, 5 ou 6 kg) bénéficient d'une image authentique, ils souffrent des manipulations répétées en rayon et se déshydratent rapidement. « Le haricot vert est un légume très fragile. Sa conservation post-récolte

est extrêmement difficile » explique Laurent Raineau, directeur de Verte Vallée. D'où le développement du préemballé, en sachets ou en barquettes filmées qui, en plus de préserver la qualité, permettent de proposer aux consommateurs des haricots déjà éboutés, leur offrant ainsi un gain de temps considérable. Le temps de préparation est en effet le principal frein à la consommation des haricots verts frais. « La génération snacking est en train de succéder à la génération pizza : dans aucune des deux, le haricot vert frais n'a sa place ! » déplore Pascal Dupré selon qui la seule solution pour maintenir le marché est de le segmenter, en proposant une gamme la plus large possible : du conventionnel, du bio, de l'équeuté ou non. « Nous nous efforçons aussi de nous adapter à notre clientèle parisienne, en lui proposant un produit frais prêt à l'emploi en unité consommateur ». Yruce, qui proposait déjà des haricots verts en sachets de 500 g et 750 g, va

producteurs ont tout intérêt à faire autre chose, comme Verte Vallée qui a développé une importante production de cucurbitacées, décoratives et comestibles. Côté export, les quantités sont infimes. Fleuron d'Anjou exporte 3 % de sa production, essentiellement au Luxembourg et en Belgique. Des pourcentages encore plus faibles voire nuls chez les autres acteurs du marché. En hiver, sur le marché français, le Sénégal, le Maroc et le Kenya permettent de maintenir une offre en contre-saison. Des origines que l'on pourrait trouver également en été sur les étals, mais les enseignes de la grande distribution jouent désormais le jeu de l'origine France. « Les consommateurs y sont attachés » affirme Pascal Laidet. La concurrence ne vient donc pas de l'étranger, mais bien du territoire national. « Notre concurrent principal, c'est le jardin du particulier ! » s'exclame Pascal Dupré. C'est en effet le légume le plus cultivé dans les potagers, avec la salade et la tomate. Le



Les sachets de haricots verts frais prêts à l'emploi, équeutés ou non, se multiplient.

La filière du haricot vert frais ne compte plus qu'une poignée d'acteurs.

lancer cette année un sachet de 350 g. « Nous avons constaté que le haricot vert est également moins consommé car il ne constitue plus le légume principal dans un repas : c'est devenu un légume d'accompagnement, proposé avec un autre légume ou un féculent. Les portions se réduisent. Sachant qu'un enfant mange en moyenne 80 g d'haricot vert frais par repas et un adulte 120 g, notre unité consommateur de 350 g est idéale pour 2 à 3 personnes ». Quant à l'équeuté, tous les acteurs n'en font pas, d'autant que l'équeutage engendre une perte sèche de 15 % environ. Pour Fleuron d'Anjou, « son coût reste très important et nous ne savons pas encore si c'est un produit d'avenir » s'interroge Pascal Laidet, directeur commercial.

Une concurrence... particulière

Le marché du haricot vert frais est d'autant plus compliqué, qu'il n'a pas vocation à se développer. Pour Pascal Dupré, « c'est un marché étroit et difficile, qui a même tendance à décroître ». Même constat chez Fleuron d'Anjou, même si Pascal Laidet semble plus nuancé. « C'est un marché stable, linéaire, sans perspectives de développement. Nos clients s'y intéressent, mais leurs marges de manœuvres et les nôtres sont limitées ». Toujours est-il que les

plaisir procuré par le simple fait de produire soi-même semble donc faire oublier à ces producteurs-consommateurs la pénibilité de la cueillette et de la préparation !

Haricot vert frais versus haricot vert transformé

Selon Kantar et Unilet, le haricot vert est le 1er légume utilisé en conserve (22 % des légumes en conserve) et en surgelé (25 % des légumes surgelés) et le premier légume consommé en conserve (26 % des volumes de conserves/6,2 kg par ménage et par an) et surgelé (21 % des volumes de monolégumes surgelés / 1,2 kg par ménage et par an). C'est énorme comparé aux 810 g de haricots verts frais consommés par ménage et par an² ! Au sein de l'Union européenne, la France est de loin le premier producteur de haricot vert pour la transformation, avec près de la moitié des surfaces totales. Les contrats de culture représentent environ 27 000 hectares chaque année. Ils fournissent en moyenne 330 000 tonnes de gousses, dont 45 % sont destinées à la conserve et 55 % à la surgélation. ■

1. Agreste, moyenne 2010-2014.
2. Kantar Worldpanel, moyenne 2013-2015.