

Origines étrangères

La menace marocaine

Les surfaces de framboise ont été multipliées par vingt au Maroc en dix ans, passant de 150 hectares en 2009 à plus de 3 100. Avec 90 % de la production exportée en Europe, les équilibres sont clairement menacés. **CLAIRE BOUC**

Les opérateurs français s'accordent : le développement massif de l'origine marocaine en framboise va conduire à des crises conjoncturelles, dont la première a déjà eu lieu, à Noël dernier. « Fin 2019, on s'est retrouvé dans une situation de surproduction, couplée à une baisse notable de la demande européenne, essentiellement due à la grève en France et à la sortie du Brexit en Angleterre. Les prix ont subitement baissé, ne couvrant même pas les frais de production », explique Amine Bennani, président de l'Association marocaine des producteurs de fruits rouges (AMPFR). Pour Tangy Debiesse, directeur de

& Co, qui produit de la framboise douze mois sur douze en Espagne (d'octobre à juillet dans la province de Huelva et de juin à septembre dans le Nord du pays) et au Portugal d'avril à décembre (dans l'Algarve, puis dans le Nord). L'opérateur redoute la guerre économique entre l'Espagne et le Maroc. « Face à la menace marocaine, les producteurs espagnols sont inquiets et s'interrogent sur leur capacité à produire durablement une framboise rémunératrice. Ces deux pays entrent en production en même temps, d'octobre à juin, avec des schémas variétaux identiques. » la différence que la framboise marocaine a une moins bonne image. « C'est un produit assez fragile, une marchandise premier prix pour une



« Un consommateur insatisfait ne reconsume pas le même produit pendant six semaines. »

la stratégie de Royal, dont 80 % des volumes de framboise sont produits au Maroc, « le développement de la production marocaine est très préoccupant. Les prix ont beaucoup baissé en 2019 ». « Nous nous sommes retrouvés avec de tels volumes sur le marché que nous avons eu peine à écouler nos productions espagnoles et portugaises, ce qui n'arrive jamais à cette période de l'année, où la demande est très élevée », renchérit Stéphane Decourcelle, directeur de l'activité frais de Fruits Rouges

consommation de discount ou de gens de marché qui vendent au colis pour faire de la confiture maison. Les variétés espagnoles Adelita et Sugana sont plus solides et goûteuses », souligne Corinne Molino, spécialiste fruits rouges de Desmettre, grossiste à Rungis. Pour Fruits Rouges & Co, ces productions étrangères n'entrent pas en concurrence avec la production française. « En France, la demande citoyenne est tellement forte sur l'origine française qu'elle permet d'écouler l'intégralité de

la production nationale. Tant que les origines étrangères ne portent pas ombrage à nos producteurs français, on ne s'interdit pas d'en faire. »

Développer la consommation de framboises

Pour faire face à l'afflux de production, un levier serait de développer la consommation de framboises, estimée en France à 280 g par personne*. Une seule solution : élever la qualité gustative des framboises mises sur le marché. Or, au Maroc, les pépinières multiplient les développements variétaux de manière anarchique, sans se soucier des débouchés commerciaux, et incitent les producteurs à planter, notamment dans la région d'Agadir où beaucoup de producteurs de tomate sont en reconversion. « Résultat : on se retrouve avec une explosion de variétés commerciales

Maroc et Espagne entrent en production en même temps, d'octobre à juin.



de framboise peut développer des qualités gustatives différentes. Il faut notamment veiller à son point de récolte, qui est crucial. Une même variété sera gustativement différente selon qu'elle est récoltée précocement ou à son point de maturité », indique Tanguy Debiesse. Pour Fruits Rouges & Co, qui produit Adelita sur une centaine d'hectares en Espagne, le défi actuel est de trouver une variété gustative et de bonne tenue. « Les pays les plus gros consommateurs de framboise, dont la France fait partie, sont en quête d'une qualité gustative supérieure. Nous devons opérer les choix variétaux opportuns afin de répondre aux inconnus de l'équation : durée de vie, brillance, couleur et goût », continue Stéphane Decourcelle. La variété Kweli qu'il produit au Portugal d'avril à novembre semble prometteuse avec une qualité gustative supérieure et une durée de vie exceptionnelle, oscillant de sept à dix jours. Un avis partagé par Corinne Molino, qui juge les framboises portugaises Kweli et Sugana « excellentes d'un point de vue gustatif ».

Une approche par familles

Commercialiser sous un trademark est la stratégie de Royal, qui cultive 700 ha de fruits rouges au Maroc,

tous fruits confondus, et y a installé son centre de R&D. « Nous développons 15 000 hybrides par an. Notre objectif est de faire comme en myrtille : développer un trademark sous lequel on commercialise différentes variétés. » Si en myrtille les variétés commercialisées sous trademark présentent des qualités similaires, en framboise l'idée est plutôt de rassembler des variétés s'adaptant à différents sites géographiques. Baptisé « Glamour », le trademark de Royal comprend quatre variétés : la variété phare « Royal Glamour », très juteuse, mais dont la conservabilité est à améliorer, et trois autres permettant de combler ses faiblesses. « Cette approche par familles nous donne la possibilité de nous adapter à différentes conditions climatiques. À terme, nous serons à même d'offrir de la framboise douze mois sur douze et pourquoi pas dans les conditions françaises de production. Cela nous permet aussi de nous adapter aux différents marchés. Si, en France, l'exigence est gustative, en Allemagne elle se situe plutôt autour de la tenue. » Afin de diversifier sa présence, Royal est également présent au Portugal (20 % de ses surfaces de framboise), où il produit les mêmes variétés, dans des conditions identiques. « Il est toujours intéressant de diversifier sa présence. Le Portugal est plus près que le Maroc de la France. Il n'y a pas d'estuaire à traverser. Cela peut faire la différence lorsqu'on se retrouve dans des situations sociales compliquées comme l'an dernier avec la crise des gilets jaunes et cette année avec les grèves liées à la réforme des retraites », ajoute Tanguy Debiesse. « L'augmentation des superficies et la baisse des prix montrent que le secteur commence à s'essouffler. Une réflexion de la profession s'impose », remarque Amine Bennani. Dans un communiqué récent, l'AMPFR enjoint les obtenteurs et stations de conditionnement qui importent et distribuent les plants aux agriculteurs de bien étudier les potentialités de la demande des marchés, afin d'éviter la surproduction. Elle demande aussi à la Comader et au ministère de l'Agriculture marocain d'activer la recherche de nouveaux marchés en dehors de l'Europe par l'établissement d'accords bilatéraux et la mise en place de subventions permettant l'utilisation du transport aérien pour l'accès aux marchés lointains. ■

Données chiffrées

Des importations plus que triplées

Avec 4 000 tonnes de framboise produites en moyenne entre 2015 et 2017, la France est le 7^e pays producteur européen derrière la Pologne (104 000 t), la Serbie (79 000 t), l'Espagne (27 000 t), le Royaume-Uni (16 000 t), la Bulgarie (8 000 t) et l'Allemagne (6 000 t). En 2018, la production française a atteint les 5 000 tonnes sur 700 hectares environ, grâce à de meilleurs rendements. En moyenne, depuis trois ans, 15 % des framboises commercialisées sur le marché du frais (16 000 t en 2017) sont d'origine française. De novembre à avril, elles sont importées à 100 % et proviennent d'Espagne pour 63 % des volumes (13 900 t en 2018), du Portugal pour 17 % des volumes (3 200 t en 2018) et du Maroc pour 9 % des volumes (2 600 t en 2018). En l'espace de dix ans, les importations françaises de framboise ont plus que triplé : 17 900 tonnes en 2017 contre 5 800 en 2007. Celles en provenance d'Espagne ont crû de 230 %, celles en provenance du Maroc de 322 % et celles en provenance du Portugal de 914 %.

Sources : Eurostat, Agreste, Kantar, Douanes françaises, CTIFL.



sur les étals, dont beaucoup ne sont pas bonnes à manger », constate Tanguy Debiesse. Or le fruit rouge est un achat plaisir, spontané. Un consommateur insatisfait ne reconsomme pas le même produit pendant six semaines. « Dès lors, le risque de perdre des consommateurs est grand. La régulation doit venir des distributeurs qui doivent être stricts sur les variétés ».

Pour cela, on murmure qu'il serait peut-être bon de sortir d'Adelita. Apparue il y a une dizaine d'années, cette variété a en effet été plébiscitée et plantée en masse pour son gros calibre et sa belle durée de vie. Sauf qu'aujourd'hui sa qualité gustative semble remise en cause, car commercialisée par une multitude d'opérateurs, qui ne prêtent pas la même attention à sa conduite de production. « Selon les conduites de production auxquelles elle est soumise, une même variété

*Source Kantar Worldpanel, moyenne depuis trois ans.