Les études économiques

Evolution du marché de l'abricot

Perception et attentes de la filière et des consommateurs



Ctifl

Xavier Vernin et Danièle Scandella, CTIFL
Direction Prospective et Études Économiques
Édition CTIFL Juin 2019

Action financée par

Juin 2019

Sommaire

Synthèse 6

Marché de l'abricot 10

La production européenne 10

Facteurs de compétitivité 12

Les échanges européens 16

Les exportations et expéditions 17

Les importations et introductions 20

Situation de l'offre des deux principaux pays concurrents 23

Italie 23

Espagne 31

La production française 40

Le potentiel régional 41

Les échanges de la France 50

La transformation 53

La distribution 54

Marchés de gros 54

Consommation apparente France vs Italie, Espagne et Grèce 55

La consommation française 56

Les achats d'abricots 56

La saisonnalité de l'abricot 60

Les achats par circuits 61

Les acheteurs d'abricots selon les régions 64

Le profil des acheteurs d'abricots *65*

Enquête Filière 68

Enquête auprès des producteurs et metteurs en marché d'abricot 68

Les bassins de production *68*

Conjoncture *68*

La concurrence espagnole et italienne *69*

Vergers *70*

Variétés *71*

Qualité *75*

Vente et attentes clients *78*

Perspectives *80*

L'enquête en distribution 83

Entretien avec les grossistes du Min de Rungis *83*

Entretien avec les acheteurs de la grande distribution 84

Entretien avec les responsables de rayon et de cours des halles 87

Conclusion des détaillants-distributeurs *88*

Enquête consommateurs 2018 89

Cadre méthodologie d'enquête 89

Résultats 89

Image, appréciation et connaissance de l'abricot *89*

Modalités de consommation *91*

Modalités d'achat *94*

Qualité et Maturité *98*

Le choix des conditionnements *100*

Les leviers de consommation *102*

Conclusion 102

Annexes 104

Avant-propos

Face à une situation de marché de plus en plus compliquée, l'Interprofession dans le cadre de la SIPMM abricot a demandé au Ctifl la réalisation d'une large étude portant sur l'évolution du marché de l'abricot.

Les professionnels font le constat en effet, que depuis plusieurs campagnes la concurrence avec les autres pays, sur la filière abricot n'a cessé de s'intensifier. Le chevauchement de l'offre espagnole et française rend les campagnes plus difficiles pour les opérateurs de la filière. 2017 marque un tournant dans la domination de l'offre française puisque la production espagnole a dépassé la France.

Cette étude se découpe en trois parties distinctes et complémentaires. La première a pour objet de rappeler les principaux déterminants de marché au niveau européen et national. L'étude s'appuie sur l'exploitation de l'ensemble des données statistiques disponibles. Un focus sur les deux principaux pays concurrents que sont l'Espagne et l'Italie permet d'approfondir les caractéristiques économiques de production et de marché en comparaison à la situation nationale.

Une deuxième partie présente des résultats d'une large enquête, de type qualitative, pour interroger les opérateurs de la filière, tant amont qu'aval. L'intérêt est de mieux connaître leur appréciation et leurs attentes en termes d'offre variétale et de qualité de fruits.

Enfin, la troisième et dernière partie s'intéresse aux consommateurs. Une enquête auprès d'un échantillon d'un peu plus de 1 000 personnes représentatives de la population française a été conduite en septembre 2018 et permet de rendre compte de la perception, des usages et attitudes des consommateurs à l'égard de l'abricot. Les réponses seront comparées aux résultats de précédentes enquêtes (2009 principalement) et pourront ainsi renseigner des éventuelles évolutions de la demande.

Synthèse

Italie, Espagne et France constituent avec la Grèce les principaux pays producteurs et exportateurs européens. Ce trio rassemble plus de 2/3 de la production UE, qui est estimée en moyenne à 710 000 tonnes. Cette production globalement progresse (+ 25 000 tonnes depuis ces 10 dernières années), mais une hausse qui concerne davantage les pays concurrents de la France.

A l'exportation depuis 2015, l'Espagne a pris le leadership en devançant la France (respectivement 83 000 t et 50 000 tonnes). La hausse des exportations UE (+ 70 000 tonnes sur la dernière décennie) provient principalement de l'Espagne mais aussi de l'Italie et de façon moindre de la France. Les exportations espagnoles ont doublé durant la dernière décennie. Elles pèsent 40 % des exportations de l'Union européenne (évaluation moyenne de 200 000 tonnes). La destination principale des envois européens demeure avant tout intra-communautaire ; en particulier orientés vers les marchés allemands, italiens et français. L'export hors de l'UE a pour sa part régressé, en partie à la suite de l'embargo européen sur la Russie. L'extra-communautaire représente désormais 8 % au lieu de 14 %, dix ans auparavant. La Suisse en est de loin le premier destinataire.

Les performances sur les marchés exports relèvent de dynamiques différentes selon les pays. La France occupe un profil intermédiaire entre une production espagnole tournée principalement vers une clientèle hors de ses frontières et l'Italie qui privilégie traditionnellement son marché intérieur. En effet, l'exportation représente un peu plus de la moitié du potentiel ibérique contre plus d'un tiers en France (36 %) et 13 % seulement en Italie.

Le calendrier d'exportation constitue un facteur de distinction supplémentaire de l'offre nationale par rapport à celui de l'Espagne ou de l'Italie. La France se révèle ainsi plus active sur les mois de juin-juillet que de mai et juin. Le créneau précoce (mai - juin) représente environ 1/3 des exportations françaises contre 60 % ou plus des exportations ibériques ou italiennes. Ce positionnement commercial découle directement du profil variétal de chacun des pays. Les enquêtes vergers diffusées par Eurostat rappellent une saisonnalité de la gamme plus estivale en France et plus précoce en Espagne. L'Italie se distingue par un profil plus équilibré et détient la proportion de variétés tardives la plus élevée des 3 pays.

Ces enquêtes de vergers d'Eurostat informent également d'une intensité de renouvellement bien inférieure en France comparativement à ses deux pays voisins. Les vergers de moins de 5 ans représentent à peine 10 % des surfaces françaises. Ils constituent plus du double (Italie) ou du triple des superficies en Espagne.

S'agissant de la compétitivité, la comparaison entre ces trois pays ne peut s'envisager que de façon globale à défaut d'information précise et propre à la production d'abricot. Le traitement de certains ratios économiques pour l'ensemble du verger fruitier (toute espèces confondues) rappelle en particulier le coût plus élevé de la main d'œuvre en France. Elle représente une part importante des coûts de production (entre 50 et 60 %). D'après les professionnels, les heures travaillées varient du simple au double selon les vergers. Les écarts peuvent être également importants s'agissant des coûts d'implantation. Ceux-ci peuvent fluctuer de 1 à 4 en fonction de niveaux d'équipement et de l'intensification du verger. En l'état, l'insuffisance de données, en particulier comparables d'un pays à l'autre, nécessite un travail complémentaire et spécifique.

Au niveau national, l'abricot constitue le 4ème verger après les surfaces consacrées aux pommes, noix et prunes. Une exploitation sur deux dispose de moins d'un hectare d'abricotier. En revanche, les vergers de plus de 10 hectares couvrent près de la moitié de la superficie nationale

(44 % précisément). Les exploitations avec les vergers les plus grands sont en proportion plus importantes auprès des départements leaders, Drôme et Gard. La surface moyenne nationale des vergers d'abricot s'établit à 3 ha. Assez logiquement, les régions Auvergne-Rhône-Alpes et Occitanie comptent plus d'exploitations spécialisées en abricot que PACA, la troisième région de production française.

Les calendriers de récolte montrent une relative complémentarité des régions. Auvergne-Rhône-Alpes, avec notamment sa variété phare Bergeron, est plus orientée sur la 2ème partie de campagne (les créneaux de pleine saison et tardif), tandis que les deux autres - Occitanie et Paca - apparaissent plus axées sur les variétés précoces et de pleine saison. La profession dénombre désormais plus de 200 variétés dont un peu moins d'une trentaine couvre plus de 70 % du verger national. 20 ans auparavant la quasi-totalité du verger national se composait d'une dizaine de variétés. Le renouvellement des vergers s'est accompagné d'une diversification de la gamme variétale ; une évolution bien connue de la profession et parfois regrettée par certains.

Sur le plan commercial, les exportations françaises fluctuent en fonction des niveaux de production. Sur la dernière décennie, elles évoluent à la baisse ; une tendance en grande partie liée à la réduction du marché italien. Cette destination constitue le 2ème marché derrière l'Allemagne et devant la Suisse. La concurrence de l'abricot espagnol ainsi qu'une production italienne croissante (notamment sur le créneau des variétés tardives) peuvent expliquer cette contre-performance. En revanche, les opérateurs français se maintiennent en Allemagne et ont accru leur présence sur le marché plus rémunérateur qu'est la Suisse.

Concernant le marché intérieur on observe une progression des importations qui proviennent en grande partie d'Espagne. Néanmoins, la part de l'auto approvisionnement demeure élevée puisque supérieure à 80 %. L'industrie fournit un débouché supplémentaire (entre 10 et 15 % de la production), notamment pour des qualités qui ne trouveraient pas de marché sur le frais.

Les achats d'abricot frais des ménages par le panel Kantar évoluent de façon positive. Cette tendance à la hausse semble atypique dans l'univers des fruits, en particulier des fruits d'été comme la pêche et nectarine dont les achats stagnent ou régressent. Le nombre de clients et la fréquence d'achat d'abricot sont croissants. Une hausse des achats visible sur tous les mois de la saison, et plus particulièrement en mai et juin. L'abricot préemballé plus que le vrac tire le marché, d'où une part du préemballé dans les achats des ménages qui augmentent (proche de 30 % de l'offre sur les étals). La consommation moyenne selon Kantar s'établit à 2,3 kg par ménage et par an.

Les professionnels de la filière perçoivent la production d'abricot comme compliquée. Les impondérables (météo, marché…) sont multiples. L'abricot apparaît plus climato-dépendant que d'autres espèces fruitières et notamment que la pêche. C'est de plus une espèce très alternante. Beaucoup ont qualifié cette production de capricieuse.

La situation de l'abricot en production est le résultat d'une évolution de marché et des structures de production. Pour les professionnels en amont, les volumes ne diminuent pas en raison de l'amélioration des rendements. Cela compense la baisse observée des surfaces. En revanche, la concurrence espagnole fait craindre au plus grand nombre une réduction à plus ou moins long terme du potentiel national. A l'échelle des structures, de nouveaux producteurs sont apparus. En effet, la production de l'abricot a constitué une alternative intéressante, au moment de la crise de la pêche, dans les années 1990. L'abricot a permis à ces spécialistes de retrouver un marché plus porteur. L'arrivée de ces producteurs s'est accompagnée d'une relative intensification des conduites de verger, voire d'une spécialisation. Du fait de cette histoire récente, on peut donc dire qu'à côté des producteurs traditionnels chez lesquels

l'abricot est une production complémentaire à la vigne ou d'autres productions fruitières voire légumières, l'abricot est devenu aussi une production de spécialistes.

L'évolution variétale constitue une préoccupation importante des professionnels. On lui reconnaît des bienfaits mais elle n'échappe pas aussi aux critiques qui sont plus discutées. Les producteurs et leurs metteurs en marché approuvent les apports des nouvelles variétés en termes de productivité, de régularité, d'élargissement du calendrier, etc. Sur le plan de la qualité des fruits, les opérateurs de l'amont perçoivent aussi des améliorations de coloration, de calibre ou de fermeté. Au regard des nouvelles variétés, les attentes du marché en termes de qualité ont évolué vers de plus gros fruits, colorés et ferme. Ce standard de fruits peut, en contrecoup exclure des variétés moins colorées, avec une fermeté plus difficile à gérer, ou des fruits plus petits, etc. Un autre constat qui fait consensus, concerne la diversité génétique, plus importante en abricot qu'en pêche, qui est facteur de variabilité gustative.

D'autres points font davantage débat. Les opérateurs attendent toujours des nouvelles variétés qu'elles puissent apporter des améliorations en ce qui concerne le goût, la fragilité épidermique et de conservation notamment. Les nouvelles variétés peuvent être plus productives mais dans le même temps plus contraignantes avec des caractéristiques spécifiques. La gestion d'une multitude de variétés peut ainsi rendre plus complexe la conduite en verger. Incidemment, le renouvellement variétal a quelque peu dilué la notion de terroir et de variétés traditionnelles. L'essor des variétés tardives, par exemple, est venu bousculer « l'hégémonie » captée par d'autres déjà en place comme le Bergeron. L'appréciation de certaines variétés ne fait pas consensus. La réalité des uns n'est pas forcément celles des autres. Les conditions pédoclimatiques et de conduite en verger ne sont pas identiques, les résultats à la récolte peuvent ainsi différer. De plus, l'évaluation d'une variété se fait par rapport à l'existant du moment. L'appréciation peut évoluer avec l'apport de nouveautés. Au final, aidés par le dynamisme des obtenteurs, les opérateurs de l'amont reconnaissent leur participation dans le renouvellement variétal incessant et cette impression de « course en avant ». Ce renouvellement peut être facteur d'opportunité mais de risque aussi. La génétique peut être à l'origine de nombreuses améliorations de type agronomique mais également d'innovations de gamme. Pour les producteurs, c'est aussi une possibilité de se démarquer (au moins de manière temporaire) de la concurrence et de mieux valoriser leur production. En contrepartie, les nouveautés peuvent ne pas tenir leur promesse du fait d'une inadéquation aux conditions pédoclimatiques, faute d'essais suffisants, etc.

La maîtrise de la qualité gustative constitue un deuxième enjeu d'importance pour la filière. Cette maîtrise est rendu complexe car dépendante de nombreux facteurs. Certains ont déjà été évoqués tels que la génétique, l'hypersensibilité à son milieu d'implantation. La conduite du verger et notamment le rendement attendu ainsi que la date de récolte et le chantier de récolte interviennent aussi fortement dans le résultat gustatif obtenu. De plus, la maîtrise de la qualité gustative est rendu complexe car très dépendante de l'implication de tous les maillons de l'amont à l'aval. Cela débute après le verger, dès le stockage et le conditionnement, puis tout au long de la filière avec le maintien de la chaine du froid notamment, enfin au travers des exigences de fermeté consignées dans les cahiers des charges des clients. Les professionnels en amont se plaignent d'une gestion de la maturité à la récolte plus complexe que pour les autres fruits. La teneur en acidité de l'abricot supérieure à celle de la pêche contraint idéalement les professionnels à une cueille au plus proche de la maturité. Néanmoins les demandes de l'aval pour des fruits suffisamment fermes les obligent bien souvent à un arbitrage ou compromis qui n'est pas toujours en faveur de la qualité organoleptique. Compte tenu de ces contraintes, les producteurs espèrent des variétés susceptibles comme pour la pêche de « mûrir après récolte ».

L'amont de la filière se caractérise à la fois par une grande hétérogénéité des opérateurs, des pratiques, des variétés ainsi qu'une concurrence forte entre les pays, les régions et les acteurs (producteurs et metteurs en marché). Tous doivent composer avec un foisonnement de variétés dont la gamme ne semble pas encore stabilisée. Cette situation fait regretter à certains le manque de consensus sur des projets communs et questionne le plus grand nombre sur la ou les possibilités d'une coordination plus grande pour une filière plus compétitive.

La distribution dans son ensemble réclame des fruits colorés, de calibre gros et moyen et qui se tiennent en rayon. La segmentation par le calibre et le conditionnement assurent un assortiment suffisamment diversifié pour répondre aux différentes attentes en termes de qualité et de prix des consommateurs. En dehors de quelques variétés traditionnelles et souvent pour des segments particuliers, la variété n'apparaît pas comme un critère de différenciation de l'offre des distributeurs. La variété ne fait d'ailleurs pas forcément la qualité. La confiance aux fournisseurs s'avère pour certains plus importante que le choix variétal. La segmentation par la coloration des fruits est envisageable mais encore à construire. L'apport de fruits à une maturité satisfaisante constitue le principal écueil sur les rayons. La disparité de coloration et de tenue des fruits selon les arrivages ne facilitent pas les ventes. La hausse des achats implique une sécurisation de la qualité de l'offre auprès des responsables en magasin. Elle est conditionnée à une amélioration de la qualité et de la maturité des fruits.

L'enquête auprès des consommateurs confirme que tous ou presque aiment et consomment de l'abricot. Sa bonne image dans l'absolu reste très positive et sa qualité globalement appréciée. En revanche, les avis apparaissent nettement plus partagés sur toutes les questions de fermeté des fruits sur le rayon et de maturité. Pour une consommation immédiate, les fruits ne conviennent qu'à une très faible proportion de consommateurs qui les apprécie fermes. Les personnes les plus critiques s'avèrent très fréquemment les plus gros consommateurs de fruits et d'abricot en particulier, à savoir : les femmes, les retraités et les CSP supérieures. Ces résultats comparativement aux précédents baromètres ne semblent pas montrer de profondes modifications dans la perception des consommateurs à l'égard de l'offre d'abricot et de sa qualité en particulier. Le hiatus enregistré entre l'image très positive du produit et l'incertitude de la qualité des abricots en rayon doit cependant être comblé par les différents acteurs de la filière avant qu'il ne soit susceptible d'impacter à la baisse les achats.

Le bilan des enquêtes 2018 du Ctifl souligne une offre de qualité hétérogène et irrégulière qui ne rassure pas la distribution. Du côté des consommateurs, on observe des insatisfactions en termes de qualité auprès des gros consommateurs et de prix pour les moins impliqués. En revanche, la consommation ne fléchit pas, au contraire, portée à la fois par un élargissement de la campagne et de son assortiment. A l'amont, le recul des débouchés export fait craindre un repli vers le marché intérieur et donc un risque de saturation à plus ou moins court ou moyen terme ; un contexte qui alimente une forte tension entre opérateurs. Au regard de ce contexte général, les avis convergent pour une sélection variétale mieux maîtrisée et plus gustative. Tous reconnaissent la nécessité d'une amélioration et plus de garantie de la maturité. Les possibilités multiples de segmentation (couleur, terroir, signes de qualité, mur à point, etc.) constituent des opportunités de croissance de la consommation. Les stratégies d'acteurs face aux différents enjeux et difficultés de filière apparaissent très diversifiées. Elles s'appuient soit sur une compétitivité hors coût ou de différenciation (qualitative, environnementale, géographique, etc.), soit sur une compétitivité coût, visant à minimiser les charges de production, de logistique, de mise en marché. Ainsi à ce jour, comme dans de nombreux autres secteurs, aucun modèle économique ne semble prévaloir sur la réussite des acteurs de la filière abricot, chacun le construisant en fonction des circuits et des marchés visés.

Marché de l'abricot

Plusieurs sources de données statistiques et économiques permettent de dresser un 1er bilan économique du marché de l'abricot.

Tout comme la pêche, l'abricot est originaire de Chine. Son introduction en Europe remonte au XVIème mais son développement ne démarre que trois siècles plus tard. Cette étude se focalisera essentiellement sur le potentiel de production européen principal pourvoyeur et lieu d'échanges des opérateurs de l'UE.

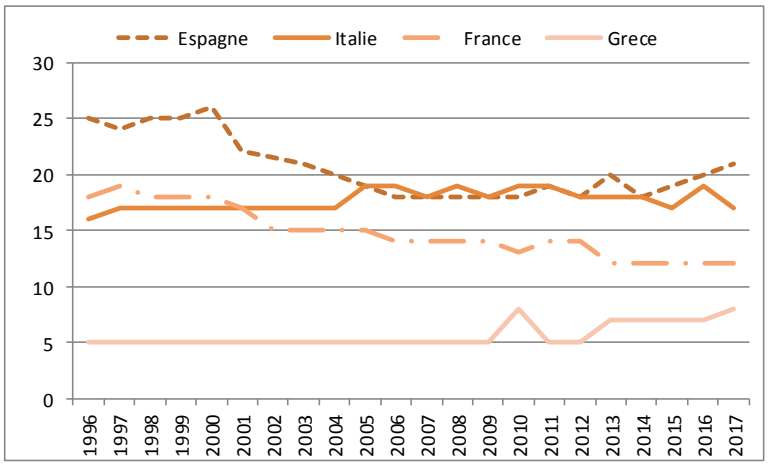
La production mondiale est estimée à 3,7 millions de tonnes selon les données de la FAO. Elle a progressé d'un peu moins de 10 % durant la dernière décennie. Les pays du pourtour méditerranéen représentent près de la moitié de cette production. La Turquie demeure le 1er pays producteur mondial (600 000 tonnes) avec un débouché industriel important pour la production d'abricot séché. Un peu moins d'1/5 de la production mondiale vient de l'Europe.

La production européenne

La superficie européenne de l'abricot, d'après les données statistiques d'Eurostat, couvre 70 000 hectares (moyenne 2015-2017). L'Espagne détient le plus grand verger (20 000 ha) suivie de l'Italie (18 000 ha) et de la France (12 000 ha). Ces trois pays regroupent un peu plus de 70 % des vergers européens d'abricot. La Grèce avec un verger moins étendu de 7 000 ha complète ce panorama européen.

Le verger européen a perdu environ 10 000 ha ces dix dernières années. Cette baisse concerne avant tout la France, plus modérément l'Italie (respectivement - 2 000 et – 1 000 ha) ainsi que d'autres pays de moindre importance. L'Espagne maintient son potentiel voire le développe au regard de ces 3 dernières années.

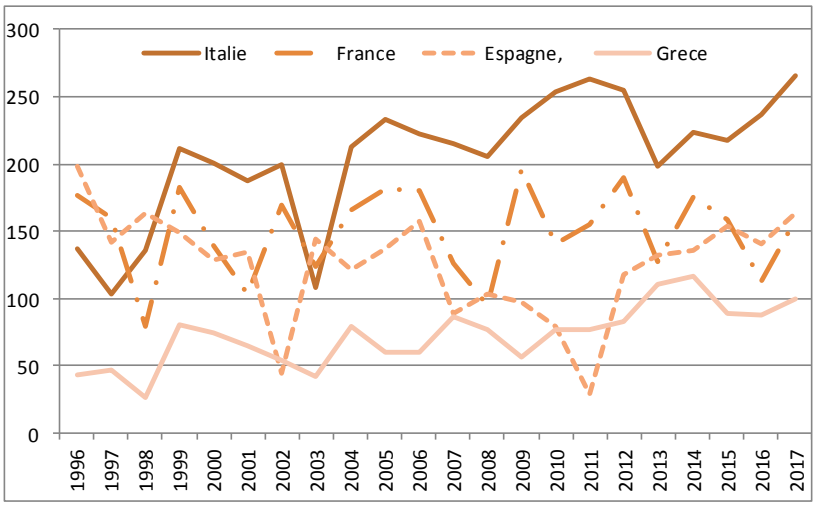
EVOLUTION DES SUPERFICIES D'ABRICOTIERS DANS L'UNION EUROPENNE



Source : Eurostat ; en milliers d'hectares

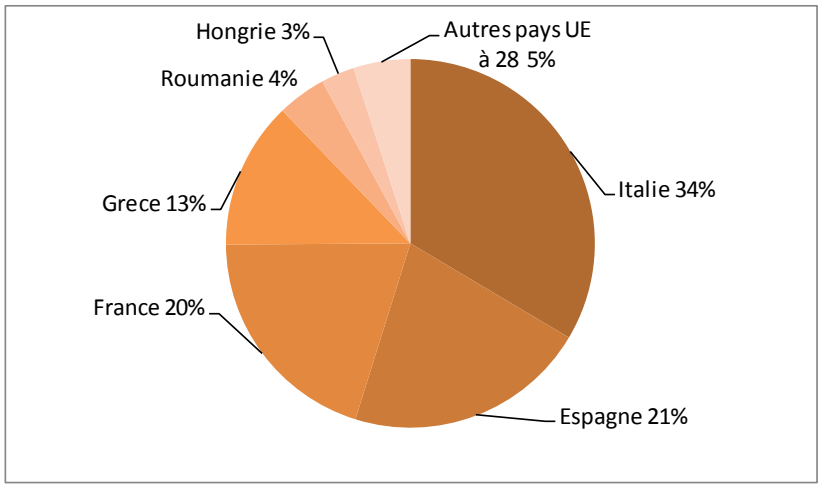
En termes de production, l'Italie arrive en tête avec une récolte moyenne de 240 000 tonnes. La France et l'Espagne dont la production s'établit autour des 150 000 tonnes devancent la Grèce 4ème pays producteur européen d'abricots (moins de 100 000 tonnes). En cumul un peu plus de 710 000 tonnes d'abricots sont récoltées au sein de l'UE dont le frais est la destination principale.

EVOLUTION DE LA PRODUCTION D'ABRICOTS DANS L'UE



Source : Eurostat ; en milliers de tonnes

REPARTITION DE LA PRODUCTION DANS L'UNION EUROPENNE

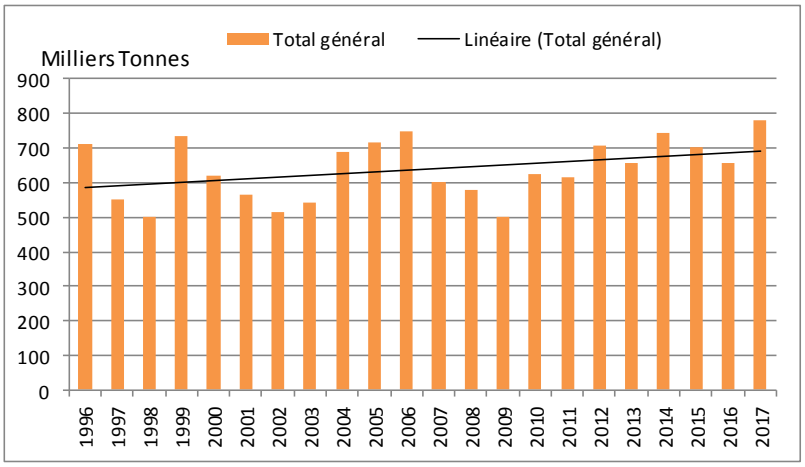


Source : Eurostat ; en % de tonnes moyennes 2015-2017

La production à l'échelle européenne progresse en dépit d'une réduction des surfaces. Cette hausse est modérée sur 10 ans avec un gain d'une vingtaine de milliers de tonnes mais plus manifeste sur une plus longue série (+ 125 000 tonnes depuis le mitan des années 1990). La sensibilité climatique et l'alternance forte de cette espèce explique une forte irrégularité des récoltes. L'Italie (+ 115 000 tonnes) et la Grèce (+ 54 000 tonnes) sont les principaux bénéficiaires sur 20 ans ; les volumes français progressant seulement de + 5 000 tonnes.

Sur la dernière décennie et malgré un rebond généralisé en 2017 parmi les principaux producteurs européens, la France seule régresse (de - 19 000 tonnes). L'Espagne et la Grèce gagnent chacun plus de 20 000 tonnes tandis que le gain pour l'Italie s'avère un peu moins élevé (+ 17 000 t).

PRODUCTION DE L'UNION EUROPEENE D'ABRICOTS



Source : Eurostat ; en milliers de tonnes

En Europe, l'abricot occupe la 13ème place parmi les productions fruitières. Cette espèce demeure loin derrière les productions de pommes-poires, d'oranges et clémentines, de pêches et nectarines, etc. C'est aussi le plus petit des fruits à noyau après les prunes et les cerises.

Facteurs de compétitivité

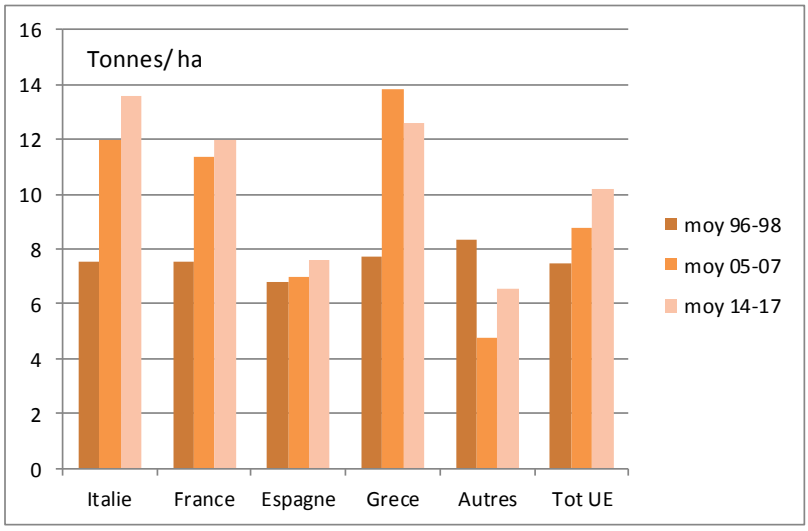
Les données statistiques de marché permettent de comparer des profils de production et d'échanges des principaux acteurs de l'abricot en Europe. Plusieurs critères peuvent illustrer des caractéristiques technico-économiques des vergers d'abricotiers propre à chacun des pays producteurs et en particulier Espagne, Italie et France ; certains seront repris et plus développés dans chaque partie consacrée à l'un de ces trois pays.

Rendements des vergers de l'Union Européenne selon Eurostat

Le rendement calculé moyen européen est de 10 tonnes/ ha[1]. Cette moyenne diffère sensiblement entre les états membres puisqu'elle varie de 4 tonnes (Hongrie par exemple) à 14 tonnes/ ha comme en Grèce. D'après les données d'Eurostat, l'Espagne se distingue de ces voisins par un rendement bien moindre. La faiblesse des rendements espagnols peut s'expliquer par une contribution de jeunes vergers plus importante que par ailleurs.

[1] L'estimation du rendement est le rapport entre la production et les surfaces nationales qui comprennent à la fois des vergers en production et de jeunes vergers ;

RENDEMENT MOYEN DE LA PRODUCTION D'ABRICOTS

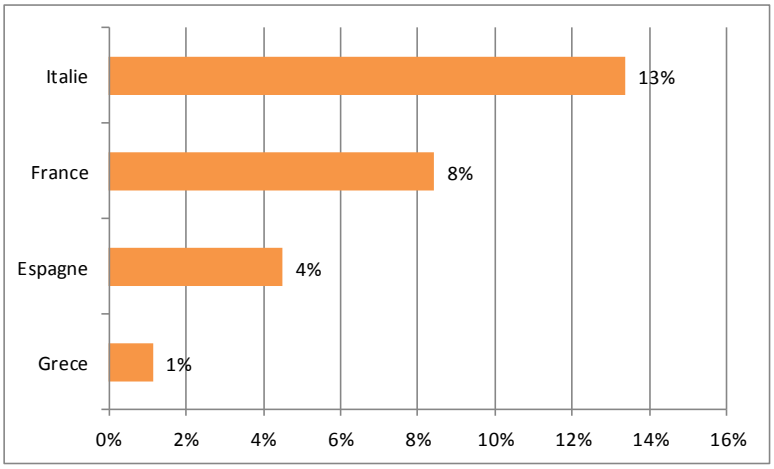


Source : Eurostat ; en tonnes/ ha

La production biologique d'abricot

Le bio constitue un marché porteur ces dernières années puisque les cours peuvent y être plus du double ou du triple de ceux en conventionnel. La figure ci-dessous présente la part en pourcentage des surfaces bio et conversion rapportée aux surfaces nationales de vergers d'abricot dans chacun des pays. Parmi les pays producteurs, la France se situe dans une situation intermédiaire entre l'Italie et l'Espagne. Il faut reconnaître que les italiens ont une plus forte antériorité sur le développement bio. Ce qui peut, au moins en partie, expliquer une part aussi importante. En Espagne, le renouveau du verger abricot est en revanche plus récent qu'ailleurs. La comparaison entre les pays des produits de traitement homologués pour l'abricot n'a pas pu être faite.

PART DES SURFACES D'ABRICOT BIO ET CONVERSION SELON LES PAYS



Source : Eurostat ; en % des surfaces totales d'abricot

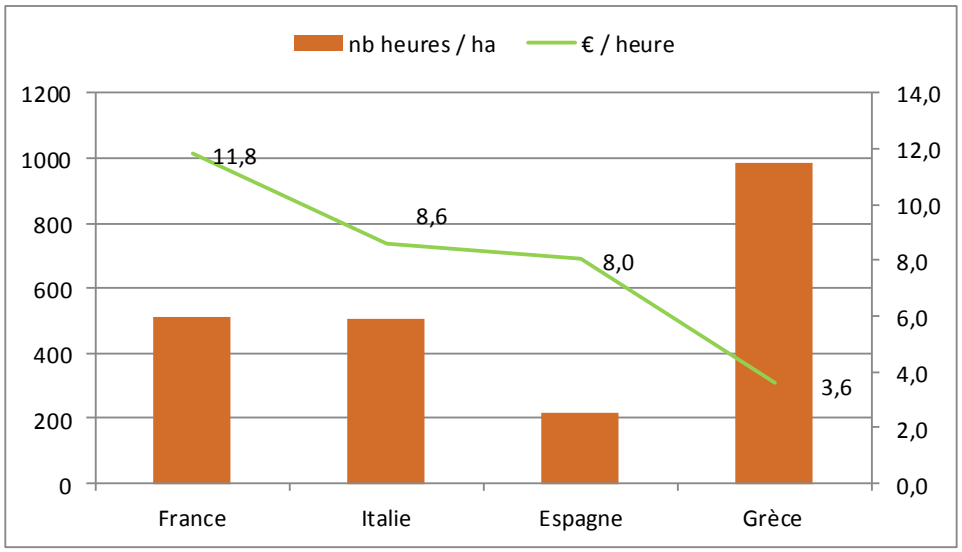
NB : hors surfaces en conversion, la part du bio est égale à 10 % en Italie, 7 % en France, 3 % en Espagne et 1 % en Grèce.

Le coût de la main d'œuvre

Les données statistiques du coût de la main d'œuvre nécessaire aux vergers d'abricot entre pays producteurs manquent. A défaut et pour caractériser les différences de compétitivité, sont issues des statistiques du RICA[2]. La figure jointe reprend les données de coût de la main d'œuvre et du nombre d'heures travaillées par hectare de vergers fruitiers. On observe ainsi que le coût horaire en France est le plus élevé des pays producteurs tandis que le nombre d'heures de travail par hectare est similaire à celui de l'Italie, mais plus élevé qu'en Espagne.

Le coût horaire, qui figure sur le graphique, comprend le montant des salaires et des charges sociales de la main d'œuvre (permanente et saisonnière). Cela signifie que ces estimations ne prennent pas en compte le salaire de l'exploitant. Les écarts entre pays apparaissent importants aussi bien en coût salariaux qu'en nombre d'heures nécessaires pour la conduite du verger. Le nombre d'heures élevé en Grèce peut s'expliquer par une taille moyenne d'exploitation plus petite qui limite les possibilités d'économie d'échelle. En revanche, les exploitations espagnoles décomptent un nombre d'heures très faible. Cette performance peut être liée à une part importante des agrumes et des fruits à coque dans le verger national ; des espèces qui demandent moins de main d'œuvre dans leur suivi.

LA MAIN D'ŒUVRE DANS LES VERGERS FRUITIERS



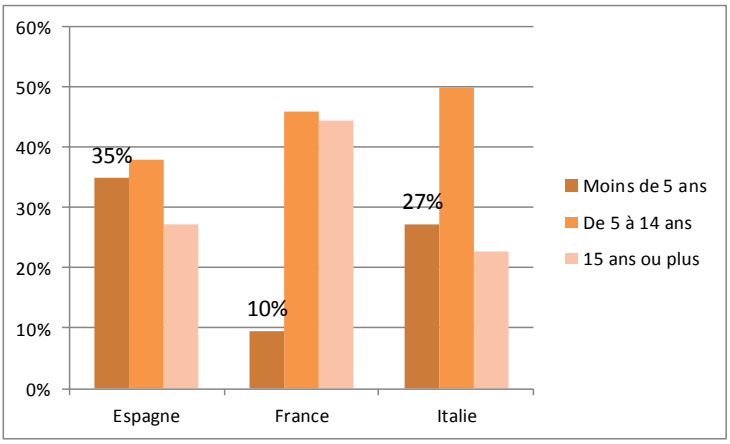
Sources : RICA 2016

[2] RICA 2016 (Réseau d'information comptable agricole) : résultats d'enquête annuelle auprès d'un échantillon d'exploitations agricoles tenant une comptabilité et ayant une certaine dimension économique pour une analyse et suivi des revenus (dont la production brute standard est d'au moins 25 000 euros, en France métropolitaine).

L'âge des vergers abricotiers

L'enquête verger européenne fournit une répartition des surfaces d'abricotiers par classes d'âge selon les pays. On observe ainsi un renouvellement des vergers plus important en Espagne et en Italie qu'en France. Les vergers de moins de 5 ans pèsent entre 20 et 30 % dans ces pays contre à peine 10 % en France. Les résultats d'enquête de 2017 soulignent un décrochage à la baisse important en France ; tendance que l'on ne retrouve pas en Espagne ou de façon bien moins prononcée en Italie.

AGE DES VERGERS SELON LES PAYS

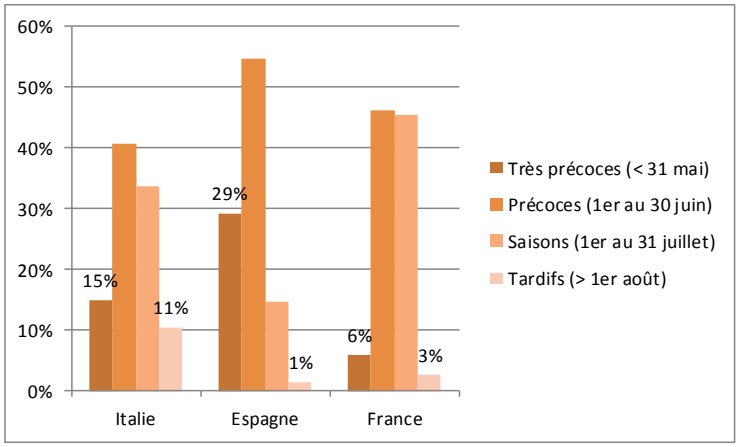


Source : Eurostat - Enquête structure des vergers 2017 ; en % des superficies

Gamme variétale selon le créneau de récolte

En termes de saisonnalité variétale, la France se caractérise par une forte proportion de variétés dont la récolte se déroule entre juin et juillet. Sans surprise, le profil de l'Espagne est marqué par la précocité de sa gamme. L'Italie se distingue par l'importance des variétés tardives ; une proportion la plus élevée des 3 pays (11 % contre 6 % en France et à peine 1 % en Espagne).

CRENEAU DE RECOLTE SELON LES PAYS



Source : Eurostat - Enquête structure des vergers 2017 ; en % des superficies

Les échanges européens

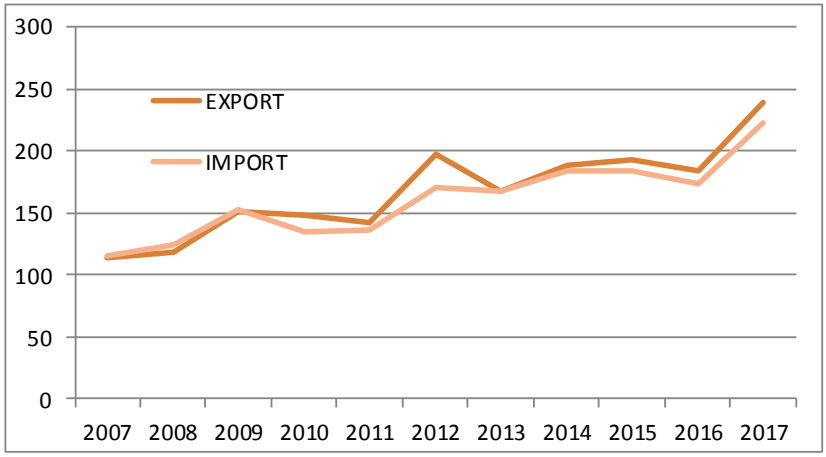
Il s'échange un peu plus de 200 000 tonnes d'abricots au niveau de l'UE. Ce commerce s'effectue essentiellement entre les 28 états membres puisque les flux en provenance ou à destination des autres pays que ceux de l'UE demeure limité (entre 5 à 10 %). De fait le solde européen est quasi nul ou presque.

Ces échanges représentent un peu plus d'un quart de la production européen (27 % en moyenne 2014 - 2016) ; une évaluation toujours un peu majorée sous l'effet des ventes de réexportation

Depuis 2007, ces flux européens ont progressaient d'un peu plus de 60 à 70 000 tonnes. Cette progression rompt avec une période de relative stabilité durant les 10 précédentes années. En effet de 1997 à 2006, les échanges ne dépassaient guère les 150 000 tonnes et osciller plutôt en deçà (soit entre 100 et 150 000 tonnes).

Le commerce international de l'abricot s'élève à un peu plus de 400 000 tonnes chaque année[3]. En 10 ans les volumes renseignés par la FAO ont doublé. L'Union européenne représente la moitié de ces échanges. L'Espagne et la France devant la Turquie se dispute la 1ère place des pays exportateurs mondiaux d'abricot. Côté importation, les plus gros contributeurs sont dans un ordre décroissant : la Russie, l'Allemagne suivies de l'Italie et de la France.

SOLDE DES ECHANGES EUROPEENS D'ABRICOTS

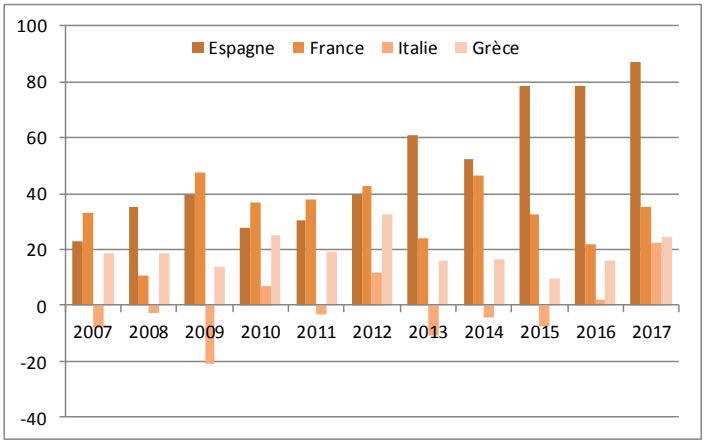


Source : Eurostat ; en millier de tonnes

L'équilibre observé des échanges européens recouvre des situations diverses entre états membres selon qu'ils sont ou pas producteurs. La balance commerciale des 4 pays producteurs est globalement positive. L'Italie, habituellement déficitaires, manifeste néanmoins une amélioration de son solde ces dernières années.

[3] Les dernières données de commerce de la FAO remontent à 2013. Un taux de croissance (de l'ordre de 40 %) similaire à celui de l'UE a été appliqué pour actualiser l'estimation.

SOLDE DES ECHANGES DES PRINCIPAUX PAYS PRODUCTEURS DE L'UNION EUROPEENNE



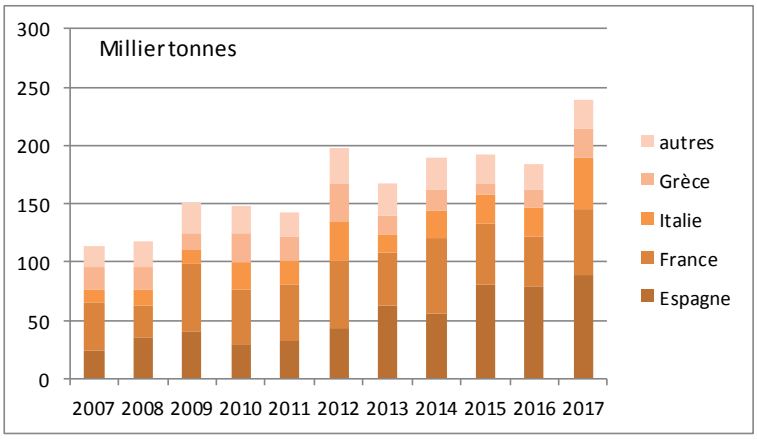
Source : Eurostat ; en millier de tonnes

Les exportations et expéditions

Elles s'élèvent en moyenne trisannuelle à un peu plus de 200 000 tonnes et ont augmenté de 70 000 tonnes entre 2007 et 2017. Cette hausse est plus manifeste depuis 2012 et a notamment concerné l'Espagne, l'Italie et de façon moindre la France. Ces 3 pays représentent 80 % des expéditions et exportations européennes.

La part des exportations extra européennes a régressé durant la dernière décennie en raison principalement d'une moindre progression de ces marchés. Elle s'établit autour de 8 %, soit moins de 17 000 tonnes d'abricots. La Suisse est la principale destination extra européenne puisque ce pays représente près de 60 % de ces échanges. La Russie constitue la deuxième destination importante extra UE. Les envois ont débuté au début de la décennie 2000 pour atteindre des volumes aussi importants que ceux engagés vers la Suisse. Depuis 2015, l'embargo des exportations en provenance de l'UE est venu stopper ce commerce. La Biélorussie et l'Ukraine occupent désormais les 2 et 3èmes places parmi les principales destinations extra UE. Ces flux sont de moindre importances et marqués par des volumes assez irréguliers (respectivement 18 % et 7 % du total extra UE).

EXPORTATIONS EUROPEENNES D'ABRICOTS



Source : Eurostat ; en millier de tonnes

L'Espagne depuis 2015 prend le leadership parmi les pays exportateurs européens d'abricot. Avec un peu plus de 80 000 tonnes exportées, l'Espagne représente 40 % des exportations de l'Union. Sur 10 ans, les espagnols ont doublé leurs envois. Désormais, la moitié de la production nationale est vendu à l'étranger contre 30 % en 2007. Les trois principaux pays destinataires sont l'Allemagne (22 000 tonnes), la France (16 000 t) et l'Italie (13 000 t). En ajoutant le Royaume-Uni et les Pays-Bas (respectivement 6 000 et 2 000 t), ces 5 destinations représentent près de 80 % des expéditions espagnoles. Les flux extra européens pèsent à peine 3 % du total. La Suisse en est très largement le principal bénéficiaire.

La France exporte en moyenne un peu plus de 50 000 tonnes. Elle se dispute avec son voisin ibérique régulièrement le titre de 1er fournisseur européen. En conséquence d'une moindre progression (+ 13 % soit environ 6 000 tonnes de plus) que l'Espagne sur 10 ans, notre pays occupe, depuis quelques années, la 2ème place. Plus du tiers de sa production nationale (36 %) est ainsi commercialisée hors de France. L'Allemagne (21 000 t), l'Italie (9 000 t) et la Suisse (6 000 t) rassemblent 70 % des expéditions-exportations françaises. Comme pour l'Espagne, les helvètes sont de très loin les principaux clients hors UE.

L'Italie expédie et exporte un peu plus de 31 000 tonnes d'abricots. Cela ne représente que 13 % de sa production nationale. Premier pays producteur européen, l'Italie occupe donc la 3ème place parmi les exportateurs de l'Union. La courbe des exportations italiennes montre une évolution plus linéaire que ses deux principaux compétiteurs. La progression des envois s'élève à près de 20 000 tonnes sur 10 ans. Cette hausse concerne essentiellement son 1er client qui demeure l'Allemagne (13 000 tonnes). Avec l'Autriche (6 000 t) et la République Tchèque (2 500 t), ces 3 premières destinations concentrent 70 % des exportations italiennes. La Suisse est également le 1er destinataire des exportations italiennes extra UE (4 % du total).

La Grèce, 4ème opérateur européen exporte environ 17 000 tonnes d'abricot. Sur 10 ans, les volumes sont stables, si ce n'est en légère diminution (- 8%). Un cinquième de la production est vendu à l'extérieur de la Grèce. Dans un contexte de progression de la production, la part de l'exportation a baissé (environ de 10 points). Les principaux pays clients sont la Bulgarie (4 000 t), l'Allemagne et la Roumanie (3 000 tonnes chacun). La progression de la Bulgarie ces dernières années a compensé la baisse des envois vers l'Allemagne, traditionnellement 1er pays client de la Grèce. Ces 3 pays clients représentent 60 % des expéditions-exportations. L'extra communautaire pèse pour un peu plus de 2 000 tonnes (soit 13 % des envois grecs) répartis entre divers pays plus ou moins frontaliers comme : Ukraine, Serbie, Turquie et Macédoine.

Calendrier des exportations selon les pays

Le calendrier de commercialisation des principaux exportateurs européens singularise le positionnement de la France par rapport à ses concurrents. La part toujours importante de la variété Bergeron dans le verger français confère aux exportateurs nationaux leur place incontournable sur créneau tardif de la campagne, soit en juillet et en août ; Espagne, Italie et Grèce étant plus présents sur la période mai-juin. L'observation depuis 2013 ne montre pas de profond changement dans le calendrier commercial des exportateurs européens. Quel que soit le pays la courbe de prix diminue au fur et à mesure de la progression de l'offre. La précocité rémunère toujours mieux tandis que les cours les plus bas ont lieu durant les pics de production, soit : juillet-août pour la France et juin-juillet pour les autres exportateurs.

CALENDRIER DES EXPORTATIONS SELON LES PAYS

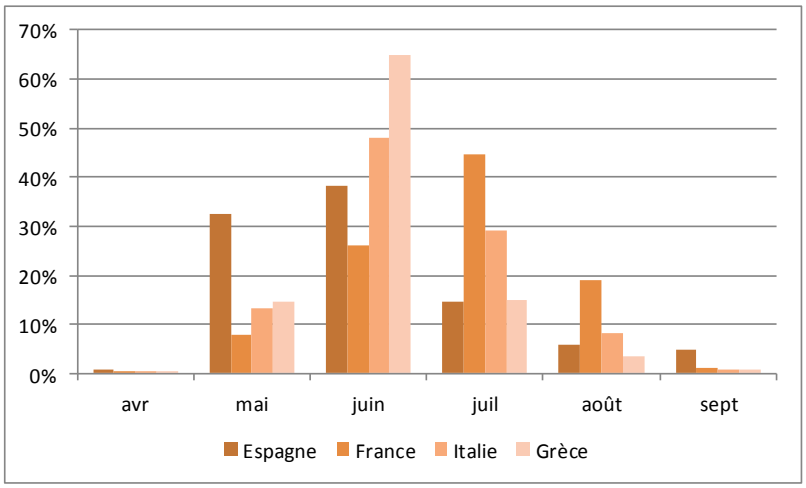
	janv	fév	mars	avr	mai	juin	juil	août	sept	oct	nov	déc	Total
ESPAGNE	27	38	63	764	27 040	31 648	12 242	4 849	4 090	1 336	550	210	82 856
FRANCE	59	26	63	174	4 068	13 117	22 540	9 578	527	114	155	63	50 484
ITALIE	27	7	3	58	4 173	14 991	9 114	2 623	232	31	29	8	31 295
GRECE	35	41	6	5	2 500	10 995	2 520	614	129	26	44	42	16 957
EU28	441	217	244	1 123	41 017	78 243	55 114	20 341	5 417	1 662	954	680	205 452

	janv	fév	mars	avr	mai	juin	juil	août	sept	oct	nov	déc	Total
ESPAGNE	0%	0%	0%	1%	33%	38%	15%	6%	5%	2%	1%	0%	100%
FRANCE	0%	0%	0%	0%	8%	26%	45%	19%	1%	0%	0%	0%	100%
ITALIE	0%	0%	0%	0%	13%	48%	29%	8%	1%	0%	0%	0%	100%
GRECE	0%	0%	0%	0%	15%	65%	15%	4%	1%	0%	0%	0%	100%
EU28	0%	0%	0%	1%	**20%**	**38%**	**27%**	10%	3%	1%	0%	0%	100%

	janv	fév	mars	avr	mai	juin	juil	août	sept	oct	nov	déc	Total
ESPAGNE	1,03	0,68	0,81	2,45	1,52	1,23	1,25	1,43	1,39	1,46	1,14	0,89	1,36
FRANCE	0,73	1,42	1,25	2,87	2,04	1,64	1,44	1,57	1,20	2,23	0,73	1,12	1,56
ITALIE	1,53	1,71	2,71	3,51	1,65	1,19	1,32	1,53	1,51	1,94	1,47	1,81	1,33
GRECE	0,98	0,75	0,13	1,87	0,95	0,77	0,69	0,55	0,47	0,46	0,43	0,64	0,77
EU28	1,35	1,56	1,57	2,55	1,55	1,23	1,34	1,50	1,36	1,52	1,17	1,65	1,36

Source : Eurostat - Ctifl ; moyenne 2015-2017, en tonnes et €/ kg

CALENDRIER DES EXPORTATIONS EUROPEENNES

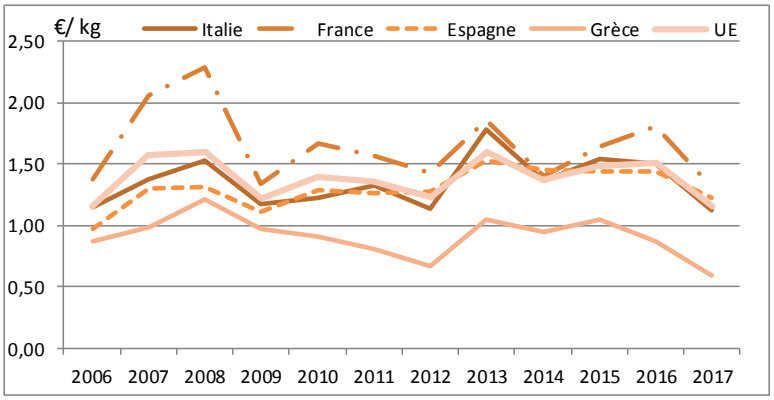


Source : Eurostat ; moyenne 2015-2017 en % de quantité

Prix moyen selon les pays exportateurs

Sur la dernière décennie, on observe une relative stagnation du cours moyen européen. Cette évolution résulte d'un resserrement des cours entre les trois pays exportateurs. En effet durant cette période les prix espagnols ont poursuivi leur progression tandis les cours italiens et français ont baissé. Sur une période plus longue (20 ans), les cours en moyenne se sont renchéris de 40 à 50 centimes par kilo ; une augmentation qui s'est produit durant la 1ère décennie. Si les écarts de prix entre les trois premiers pays exportateurs européens se sont resserrés, les prix moyens français demeurent les plus élevés. Le cas des cours grecs semble déconnecté de l'évolution rencontrée parmi les leaders de l'UE.

PRIX MOYEN ANNUEL D'ABRICOT SELON LES PAYS EXPORTATEURS



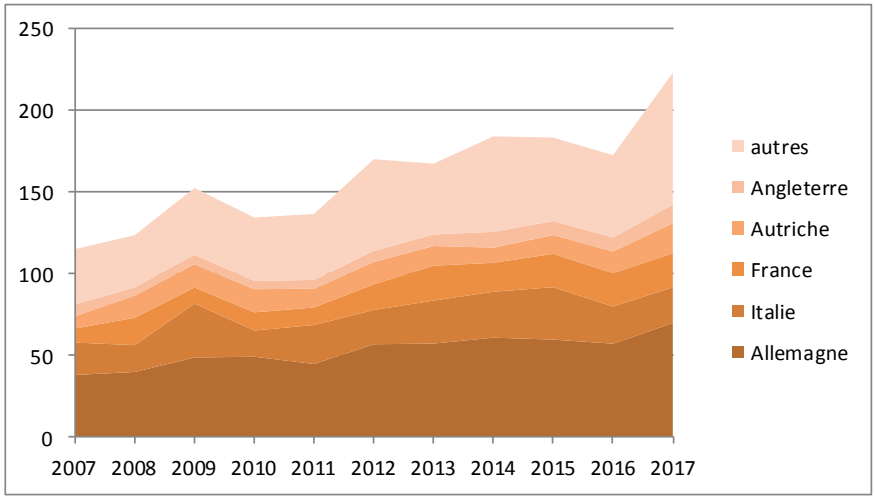
Source : Eurostat , en €/ kg

Les importations et introductions

Les importations de l'UE en provenance des pays tiers et les introductions d'origine intra UE représentent en moyenne plus de 190 000 tonnes d'abricots chaque année. Sur 10 ans la progression est de 30 % soit une augmentation de 60 000 tonnes pour l'ensemble de l'UE. Cette hausse se retrouve auprès de tous les pays importateurs, à l'exception des Pays-Bas (- 26 %). L'augmentation apparaît plus particulièrement élevée pour les importations allemandes (+ 17 000 tonnes) et françaises (+ 8 000 tonnes). Ces 10 dernières années, on observe un relatif élargissement du marché de l'abricot qui découle de la hausse des importations des pays comme la Pologne, la République Tchèque, la Roumanie, la Bulgarie, la Lituanie, etc.

Les importations extra européennes s'élèvent à un peu moins de 9 000 tonnes. Leur importance évolue peu sur la dernière décennie. La Turquie fournit plus de la moitié (54 %) des volumes. L'importance de sa production et sa proximité géographique lui facilitent l'entrée sur le marché européen et en particulier allemand. Les deux autres fournisseurs non UE, Serbie et Afrique du Sud (respectivement 18 et 17 % du total) profitent chacun d'atouts différents : la proximité pour le 1er et la contre saison pour le second.

IMPORTATIONS - INTRODUCTION EUROPEENNES



Source : Eurostat ; en milliers de tonnes

Les trois principaux importateurs européens cumulent près de 60 % des quantités achetées par l'UE. L'Allemagne comme souvent dans le secteur des F&L, reste le 1er pays client européen. Avec plus de 60 000 tonnes importées, ce pays concentre à lui seul le tiers du total UE. L'Espagne est le fournisseur qui a le plus tiré profit de la hausse des achats allemands. Avec un peu plus de 21 000 tonnes depuis 2016, l'Espagne a conquis la place du plus gros fournisseur d'abricots. En seconde position, la France qui leur vend pour près de 20 000 tonnes. L'évolution sur 10 ans des abricots français sur le marché rhénan a progressé (+ 2 000 tonnes) mais de façon beaucoup plus modérée que ses compétiteurs espagnols ou italiens (autour de + 10 000 tonnes chacun). L'Italie a donc augmenté ses ventes. Ce pays est parvenu ainsi à gagner sa place dans le trio de tête des fournisseurs allemands (13 000 tonnes) au détriment de la Grèce. Cette dernière n'a pas su profiter de l'extension de la demande allemande, perdant plus de la moitié des volumes envoyés. L'Allemagne a ainsi importé seulement 3 000 tonnes d'abricots grecques (contre près de 9 000 tonnes 10 ans plus tôt).

Deuxième importateur européen d'abricots, l'Italie importe un peu plus de 25 000 tonnes. La hausse observée sur 10 ans succède à une période précédente de baisse. De fait sur deux décennies les volumes importés sont plutôt à la baisse (- 3 000 tonnes). La France et l'Espagne se dispute la place de 1er fournisseur. Ces deux pays concentrent plus de 90 % des importations italiennes. Depuis 2015 avec 13 000 tonnes, l'Espagne a pris le leadership grâce à une progression de ses envois associé à un recul de ceux en provenance de France (11 000 tonnes).

La France introduit- importe en moyenne 21 000 tonnes. Elle occupe ainsi la troisième place au titre d'importateur européen. A plus de 80 %, ses achats proviennent d'Espagne. Un reliquat transitant par la Belgique (environ 2 000 tonnes) complète ses approvisionnements extérieurs.

Calendrier d'importation par pays

La période de commercialisation de l'abricot est relativement courte puisque 90 % des quantités sont échangées en 5 mois de mai à septembre. Sur l'ensemble de l'Europe, juin et juillet constitue le pic d'importation (respectivement 32 % et 29 %), encadré des mois de mai et août (autour 15 % chacun). Enfin septembre (5 % du total des importations), pour les variétés les plus tardives vient clore la campagne européenne. Les importations de contre saison ne pèsent que très peu, étalées sur les autres mois de l'année, en particulier au moment des fêtes de fin d'année.

CALENDRIER DES IMPORTATIONS EUROPEENNES D'ABRICOTS

Volume en tonnes	janv	fév	mars	avr	mai	juin	juil	août	sept	oct	nov	déc	Total
2013	2 763	798	308	1 072	16 382	47 867	50 932	30 956	9 781	3 298	847	2 607	167 610
2014	2 456	478	378	1 534	28 304	57 177	54 693	27 948	6 494	1 664	959	2 268	184 353
2015	760	322	180	324	27 184	61 101	53 893	26 854	7 718	1 249	2 097	1 829	183 512
2016	735	305	175	762	23 741	56 670	50 974	27 034	8 547	927	570	2 346	172 785
2017	767	425	499	1 248	40 035	73 724	62 962	30 323	10 691	1 328	670	1 332	224 005
moy 13-17	1 496	466	308	988	27 129	59 308	54 691	28 623	8 646	1 693	1 029	2 076	186 453

Valeur en millier d'€	janv	fév	mars	avr	mai	juin	juil	août	sept	oct	nov	déc	Total
2013	8 571	1 154	342	2 023	30 851	75 094	76 729	51 859	15 926	4 747	1 714	7 944	276 954
2014	5 683	1 070	590	3 496	48 116	80 000	69 876	37 907	9 040	2 172	1 049	7 636	266 635
2015	1 570	621	311	749	48 675	86 991	78 499	39 962	11 792	2 116	3 076	5 043	279 405
2016	1 805	799	264	1 934	45 263	78 582	75 877	45 251	13 091	1 463	1 145	6 047	271 520
2017	1 630	851	626	3 176	55 300	79 254	70 580	37 171	13 461	1 782	1 113	3 220	268 162
moy 13-17	1 668	757	400	1 953	49 746	81 609	74 985	40 795	12 781	1 787	1 778	4 770	273 029

prix moyen (€/ kg)	1,11	1,63	1,30	1,98	1,83	1,38	1,37	1,43	1,48	1,06	1,73	2,30	1,46

Source : Eurostat ; moyenne 2013-2017, en tonnes et €/ kg

Le calendrier des principaux importateurs montre quelques différences. L'Allemagne et l'Autriche concentrent leurs importations sur 3 mois de juin à août. L'étalement apparaît plus important pour les autres importateurs. Ce calendrier démarre en effet plus tôt (mai), notamment dans le cas de la France et de l'Italie, et peut se terminer un peu plus tard (septembre dans le cas exclusif de la France). Le Royaume Uni montre une moindre saisonnalité d'importation et un prix moyen le plus élevé du fait d'une présence plus grande d'abricot de contre saison.

CALENDRIER DES PRINCIPAUX IMPORTATEURS EUROPEENS D'ABRICOTS

	janv	fév	mars	avr	mai	juin	juil	août	sept	oct	nov	déc	Total
ALLEMAGNE	442	159	55	114	5 434	17 752	20 743	11 927	3 333	594	147	258	60 959
ITALIE	25	38	37	199	4 671	6 313	7 683	5 627	1 417	143	60	61	26 274
FRANCE	78	37	50	257	5 736	7 296	2 651	1 338	1 937	389	320	109	20 196
AUTRICHE	24	6	9	14	1 228	4 580	5 185	1 655	130	28	42	25	12 923
ROYAUME-UNI	293	85	8	23	1 015	2 585	2 355	1 382	461	116	166	593	9 081
BELGIQUE	49	31	27	55	959	2 431	2 263	1 325	280	89	30	26	7 565
EU28	1 496	466	308	988	27 129	59 308	54 691	28 623	8 646	1 693	1 029	2 076	186 453

	janv	fév	mars	avr	mai	juin	juil	août	sept	oct	nov	déc	Total
ALLEMAGNE	1%	0%	0%	0%	9%	29%	34%	20%	5%	1%	0%	0%	100%
ITALIE	0%	0%	0%	1%	18%	24%	29%	21%	5%	1%	0%	0%	100%
FRANCE	0%	0%	0%	1%	28%	36%	13%	7%	10%	2%	2%	1%	100%
AUTRICHE	0%	0%	0%	0%	10%	35%	40%	13%	1%	0%	0%	0%	100%
ROYAUME-UNI	3%	1%	0%	0%	11%	28%	26%	15%	5%	1%	2%	7%	100%
BELGIQUE	1%	0%	0%	1%	13%	32%	30%	18%	4%	1%	0%	0%	100%
EU28	1%	0%	0%	1%	15%	32%	29%	15%	5%	1%	1%	1%	100%

	janv	fév	mars	avr	mai	juin	juil	août	sept	oct	nov	déc	Total
ALLEMAGNE	1,80	1,16	1,40	2,44	1,85	1,54	1,55	1,66	1,67	1,62	1,70	2,18	1,61
ITALIE	1,49	1,31	0,86	2,40	1,61	1,13	0,97	1,02	1,12	1,14	1,09	2,14	1,16
FRANCE	1,59	1,40	1,13	2,19	1,79	1,42	1,43	1,45	1,32	1,27	1,02	2,35	1,53
AUTRICHE	2,36	2,83	2,91	3,28	1,95	1,50	1,49	1,61	1,51	1,37	1,49	2,19	1,56
ROYAUME-UNI	2,61	4,26	3,81	3,08	2,48	1,88	1,71	1,89	1,96	1,90	3,23	2,28	2,01
BELGIQUE	1,66	1,83	1,44	2,51	1,91	1,92	1,90	2,12	2,29	2,23	1,88	2,09	1,97
EU28	2,57	1,93	1,39	2,30	1,68	1,35	1,36	1,48	1,46	1,45	1,57	2,88	1,46

Source : Eurostat ; moyenne 2013-2017, en tonnes et €/ kg

Situation de l'offre des deux principaux pays concurrents

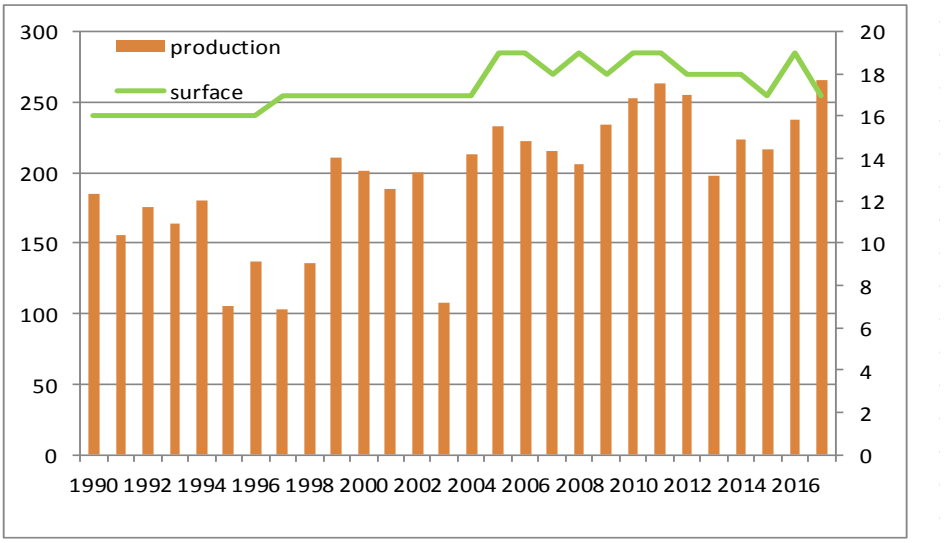
Italie

Les données statistiques exploitées proviennent à la fois de l'institut de statistique italien (ISTAT) et de la base Eurostat, en particulier les résultats de l'enquête verger.

Le verger national

Le verger italien s'étend en moyenne (2015-2017) autour de 18 000 hectares. Sur plus d'une vingtaine d'année d'après Eurostat, la superficie nationale aurait progressé d'un peu moins de 2 000 ha[4].

SURFACE DE VERGERS ET PRODUCTION ITALIENNE D'ABRICOTS



Source : Eurostat ; en millier d'hectares et de tonnages

Sur une plus courte période (depuis 2006), la dimension du verger italien reste relativement stable. Dans ce contexte, on observe néanmoins une tendance à la concentration régionale au sein des principaux bassins de production du sud et du nord de l'Italie (respectivement 58 % et 38 % du verger national). Sur la même durée, les régions centrales, moins productives, continuent au contraire de réduire leurs vergers.

En Italie comme ailleurs, les récoltes fluctuent en raison des phénomènes météorologiques et d'alternance souvent plus marquées en abricot qu'en pêche par exemple. La tendance d'après Eurostat montre une nette augmentation des volumes récoltés depuis le début de la décennie 1990. La progression continue de ces trois dernières années permet d'atteindre un niveau de récolte moyen de 240 000 tonnes.

[4] Les données d'Eurostat présentent une antériorité supérieure à celles provenant d'Italie. Les fluctuations de surface durant la dernière décennie sont difficilement explicables et ne se retrouvent pas dans la source italienne (cf. figure suivante).

L'Italie avec une taille de verger comparable à celle d'Espagne produit ainsi près de 100 000 tonnes d'abricots de plus. Le rendement moyen national, de 14 tonnes /ha, est en effet quasiment le double de celui de son confrère ibérique.

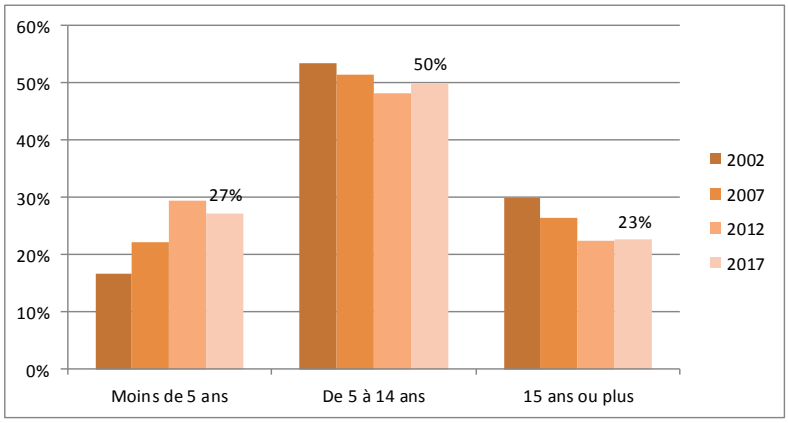
L'abricot appartient au top 10 des fruits produits en Italie. Il en occupe la dernière place, devançant ainsi la prune et la cerise mais bien loin derrière les récoltes de pommes, d'oranges ou de pêches et nectarines… Il contribue à hauteur de 12 % des volumes de fruits à noyau. Selon la FAO, l'Italie est le 5ème producteur mondial après la Turquie, l'Ouzbékistan, l'Iran et l'Algérie mais devant l'Espagne et la France.

Caractéristiques des vergers italiens

L'enquête de structure des vergers mise en ligne par Eurostat présentes des données chiffrées aux niveaux national, parfois régional de la répartition des surfaces de vergers selon la précocité variétale, l'âge et la densité des plantations.

La moitié du verger italien se compose de plantations âgées de 5 à 14 ans. L'autre proportion importante est laissée aux plantations de moins de 5 ans (27 %). La structure du verger italien par classes d'âge paraît de fait assez bien équilibrée, composée d'une proportion de jeunes plantations un peu supérieure aux plus âgées. L'observation depuis 2002 souligne une tendance au rajeunissement du verger italien. Comparativement à ses voisins, l'importance des jeunes plantations situe l'Italie dans une position intermédiaire entre l'Espagne et la France (respectivement 35 % et 10 %).

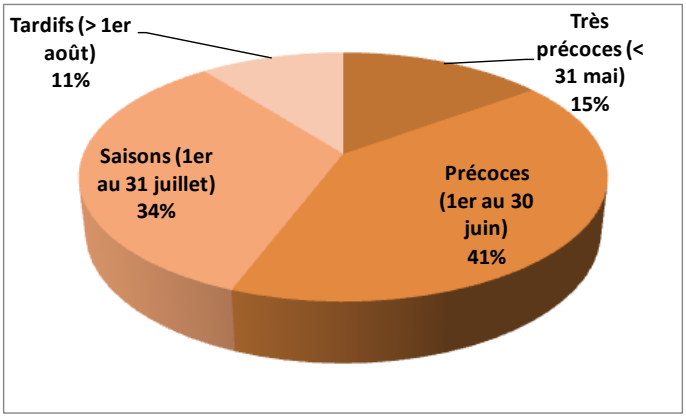
AGE DU VERGER ITALIEN



Source : Eurostat - Enquêtes structures des vergers ; en % des superficies

Les variétés précoces dont la récolte est attendue en juin, constitue le 1er groupe planté en Italie. Elles recouvrent un peu plus de 40 % de la superficie nationale. L'autre groupe important correspond aux variétés de saison (récolte en juillet). Ces dernières occupent 1/3 du verger italien. Ces deux groupes rassemblent dont plus de 70 % du verger national ; le restant se partage entre les variétés relevant du créneau très précoce (avant le 31 mai) et les variétés tardives, c'est-à-dire récoltées à partir du 1er août (respectivement 15 % et 11 %).

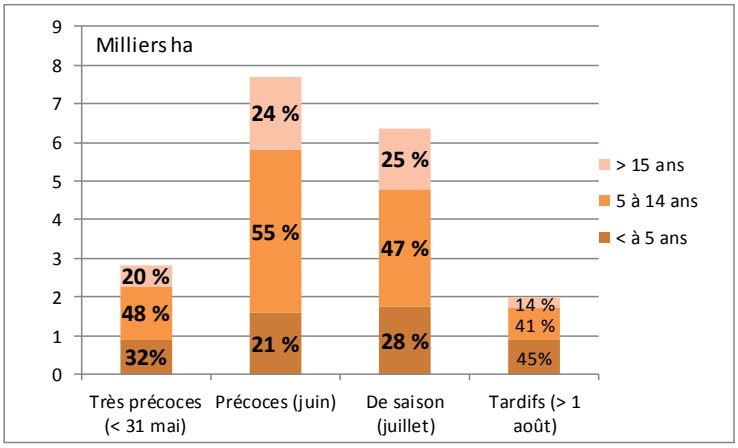
SAISONNALITE DES PLANTATIONS ITALIENNES

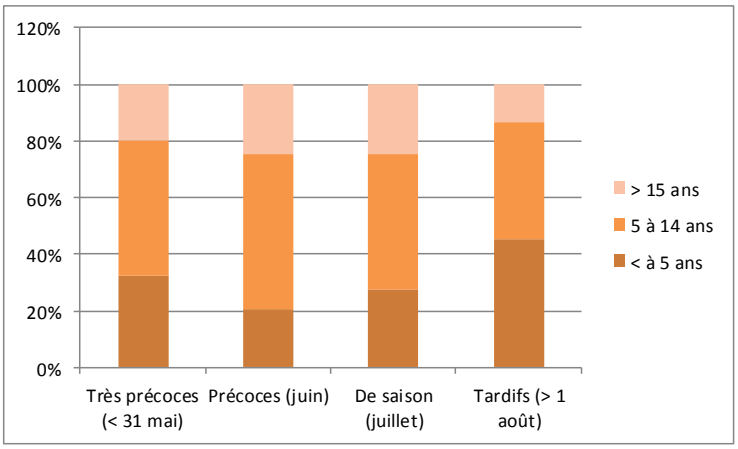


Source : Eurostat - Enquête structure des vergers 2017 ; en % des superficies

L'observation des groupes variétaux par classes d'âge informe de la dynamique des plantations. La part des jeunes plantations est ainsi plus importante auprès des variétés très précoces et tardives (respectivement 32 % et 45 % contre 27 % pour l'ensemble du verger). A contrario, la proportion des vergers âgés (plus de 15 ans) apparaît plus grande auprès des variétés précoces et de saison (23 % et 24 % au lieu de 20 %).

GROUPE VARIETAL PAR CLASSES D'AGE EN ITALIE

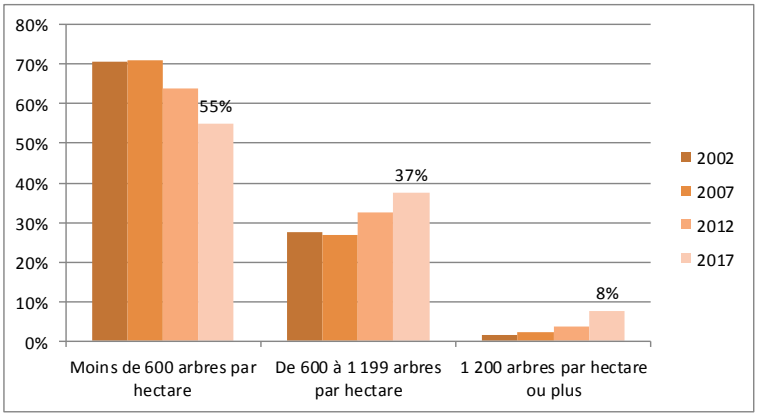




Source : Eurostat - Enquête structure des vergers 2017 ; en % des superficies

Un peu plus de la moitié des plantations italiennes comptent moins de 600 arbres par hectare de verger. Les enquêtes successives mettent en évidence une densification croissante du verger italien. Désormais, les vergers de haute densité (soit plus de 1 200 arbres) représentent près de 10 % de la superficie totale. Cette densification se confirme au travers de la progression des vergers les plus denses parmi les jeunes plantations (14 % contre 3 % en 2002). Les régions du Nord de l'Italie disposent de vergers plus denses. En effet, la part des vergers de plus de 600 arbres par hectare atteint 70 % et plus contre 45 % à l'échelle nationale.

DENSITE DES PLANTATIONS ITALIENNES



Source : Eurostat - Enquêtes structures des vergers ; en % des superficies

DENSITE DE PLANTATION DU VERGER ITALIEN EN FONCTION DE L'AGE

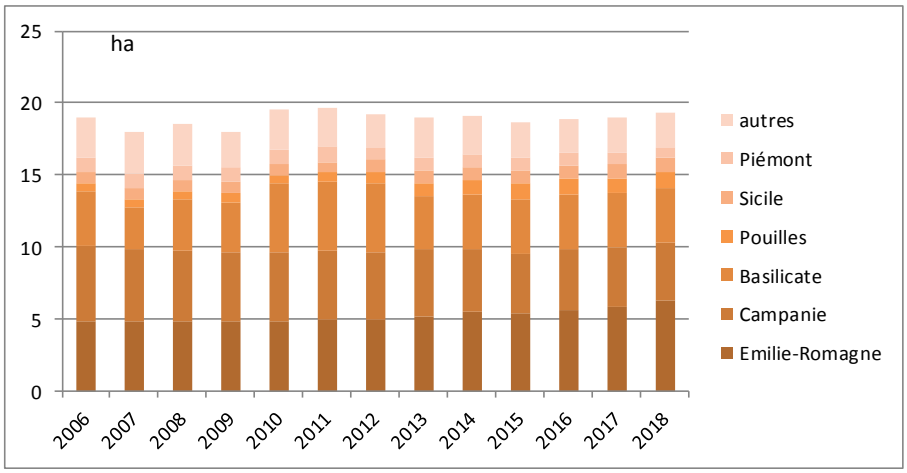
	Moins de 5 ans	De 5 à 14 ans	Plus de 15 ans	Total
Moins de 600 arbres/ha	43%	56%	68%	55%
De 600 à 1199 arbres/ha	43%	38%	29%	37%
Plus de 1200 arbres/ha	14%	6%	4%	8%
Total	100%	100%	100%	100%

Source : Eurostat - Enquête structure des vergers 2017 ; en % des superficies

Implantation régionale

Les trois premières régions, d'après les sources de la statistique nationale (ISTAT) représentent un peu plus de 70 % de la superficie totale.

REPARTITION REGIONALE DES SUPERFICIES D'ABRICOTIERS EN ITALIE



Source : ISTAT ; en milliers d'hectares

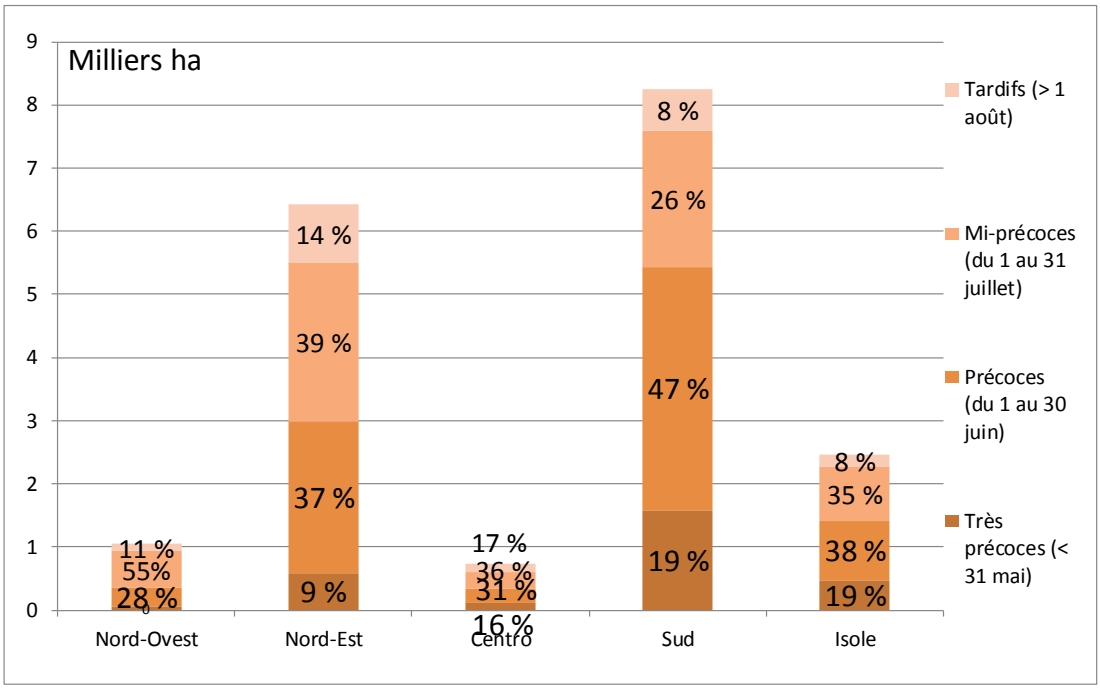
L'Emilie-Romagne constitue la première région par l'importance de son verger. Ce dernier s'étend sur un peu plus de 5 900 hectares ; soit un peu moins du tiers de la surface nationale. Sur la dernière décennie, l'Emilie-Romagne renforce, sa position de leader tant au niveau national que régional. En effet ses surfaces progressent (+ 800 ha) alors que les autres régions du nord de l'Italie, en particulier le Piémont régressent. Les variétés de saison et tardives sont un peu surreprésentées en Emilie-Romagne (respectivement 39 % et 14 % des superficies au lieu de 40 % et 11 % pour l'ensemble national). Enfin, cette région se singularise par une proportion d'arbres jeunes, de moins de 5 ans, la plus élevés d'Italie (35 % au lieu de 27 % pour l'ensemble national).

La Campanie a rétrocédé sa place de leader à la fin des années 2000. En effet, cette région a perdu plus de 900 ha d'abricotiers durant les 10 dernières années. Désormais son verger s'étend sur un peu plus de 4 100 ha ; ce qui équivaut à plus d'1/5 de la superficie nationale. Parmi les régions du Sud de l'Italie, c'est la seule à subir une réduction de son potentiel.

Basilicate, la troisième région italienne détient une superficie d'abricotiers évaluée à 3 800 ha. Son potentiel depuis 2006, se maintient voire se développe légèrement en gagnant près de 400 ha. Le développement de l'abricot est plus récent dans cette dernière région que dans les deux précédentes.

La répartition régionale en fonction des variétés rappelle la place prédominante des créneaux de de saison (juillet) et précoce (juin) dans la gamme des deux plus importants bassins de production. En bonne logique, la place des variétés tardives est plus développée dans les régions du nord et du centre que celles du sud. La situation s'inverse en ce qui concerne les variétés les plus précoces.

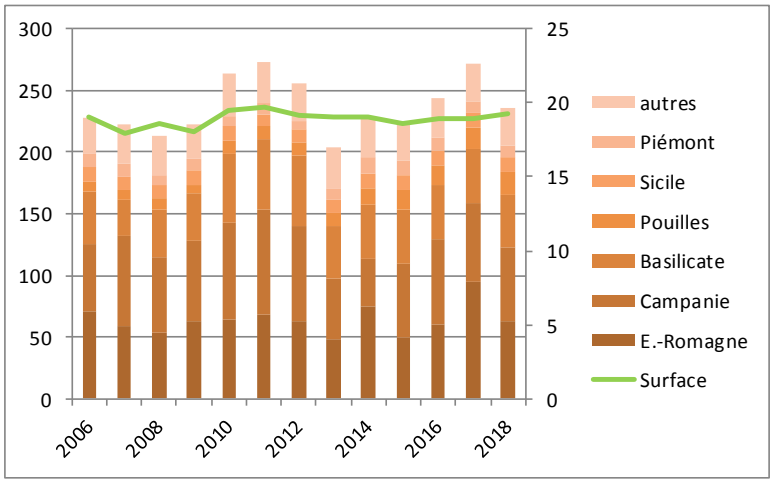
REPARTITION ET STRUCTURE DU VERGER ITALIEN



Source : Eurostat - Enquête structure des vergers 2017 ; en % des superficies
Nord-Est : principalement Emilie-Romagne ; Sud : Campanie, Basilicate, Pouille, etc.
Nord-Ovest : principalement Piémont

L'augmentation des quantités récoltées provient plus des vergers du Sud que du Nord de l'Italie. Les régions qui ont le plus progressé et qui expliquent plus de 2/3 de la hausse nationale durant la dernière décennie, sont dans un ordre décroissant les Pouilles (+ 8 000 tonnes), l'Emilie-Romagne (+ 7 000 tonnes) et la Basilicate (+ 6 000 tonnes). La hiérarchie des régions demeure identique que ce soit en surface ou en volume produit.

ITALIE : PRODUCTION REGIONALE D'ABRICOTS



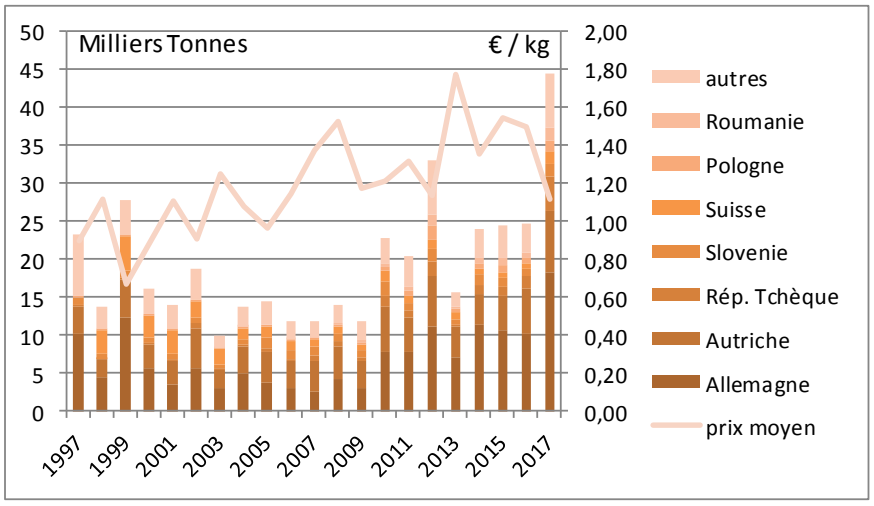
Source : ISTAT ; en milliers de tonnes

La productivité des régions leaders s'observe au travers des différences de rendements. Ceux-ci s'avèrent fréquemment plus élevés en Emilie-Romagne, Campanie, Pouilles (15 tonnes/ hectares contre 14 t/ ha en moyenne nationale).

Principales destinations des exportations italiennes

L'Italie est seulement le 3ème exportateur européen en dépit de son important potentiel de production. Ce pays exporte habituellement moins de 25 000 tonnes à l'exception de certaines années comme en 2012 ou 2017.

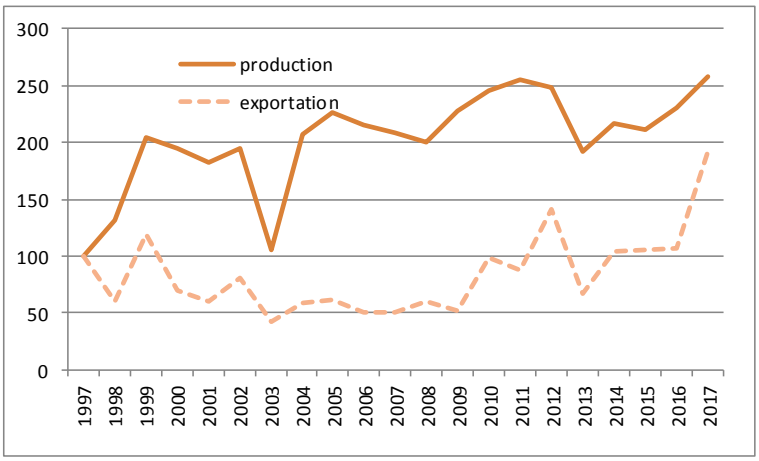
EXPORTATIONS ITALIENNES D'ABRICOTS



Source : Eurostat ; en milliers de tonnes et €/ kg

Ces exportations représentent en moyenne triennale (2015-2017) 13 % de la production nationale. La production italienne est par conséquent avant tout destinée à alimenter son marché intérieur. D'autant qu'assez fréquemment, le commerce extérieur est déficitaire. L'amélioration observée de ces deux dernières années peut préfigurer un changement de stratégie des opérateurs en charge de la vente d'abricots. Les trois premières destinations représentent 70 % des exportations italiennes : Allemagne (13 000 tonnes), Autriche (6 000 t) et République Tchèque (2 500 t).

EVOLUTIONS COMPAREES DE LA PRODUCTION ET DE L'EXPORTATION ITALIENNES

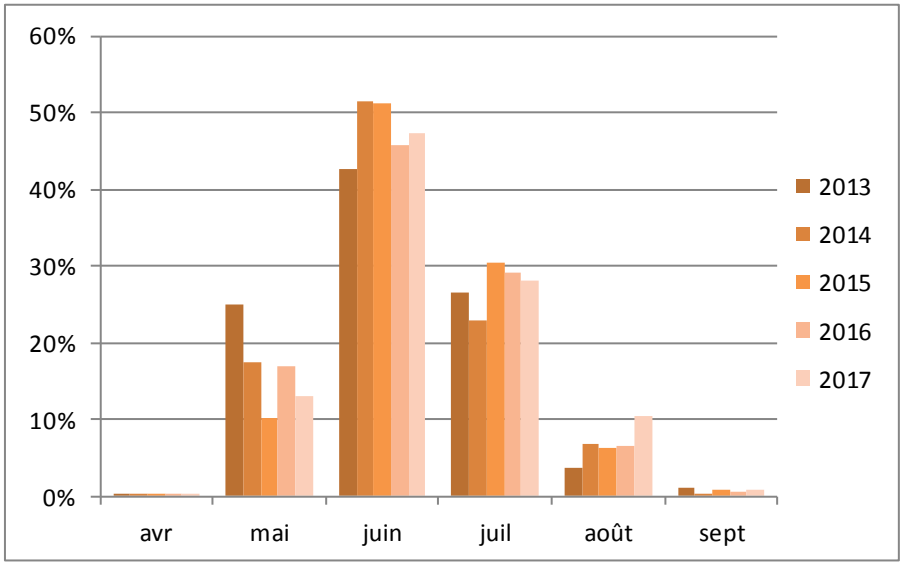


Source : Eurostat ; tonnes produites ou exportées en base 100 = 1997

Sur une longue série, l'évolution des exportations ne semblait pas jusqu'à ces dernières années dépendre du niveau de production intérieure.

La répartition mensuelle des exportations sur plusieurs années permet difficilement de dégager des tendances bien nettes. 80 % des exportations se fait entre les mois de juin et de juillet.

EVOLUTION DU CALENDRIER D'EXPORTATION ITALIEN



Source : Eurostat ; en % de volume

Espagne

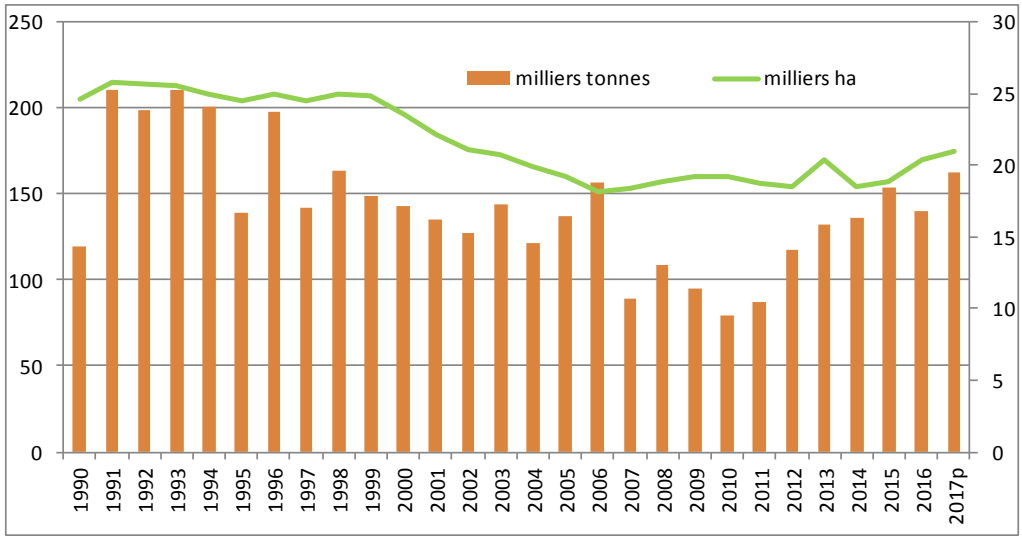
Le verger national

D'après Eurostat, le verger espagnol s'étend sur près de 20 000 ha et constituerait désormais le plus grand verger de l'UE. Les sources nationales de la statistique, en particulier du ministère de l'agriculture (MAPAMA et son annuaire statistique de l'agriculture et de l'alimentation Magrama) apportent des informations complémentaires et plus précises.

Sur un temps long (1990 – 2016), la production espagnole tend à une relative stabilisation de son potentiel après deux premières décennies, de baisse continue. Sur 5 ans, la tendance paraît repartir à la hausse des surfaces en vergers.

Cette évolution reflète une intensification des vergers. En l'occurrence, la réduction de la taille du verger concerne avant tout les surfaces non irriguées. La part des vergers irrigués (88 % de la surface totale) progresse sur 10 dernières années, en raison d'une baisse du non irrigué (– 18 %) et d'une hausse des surfaces irriguées (+7 %).

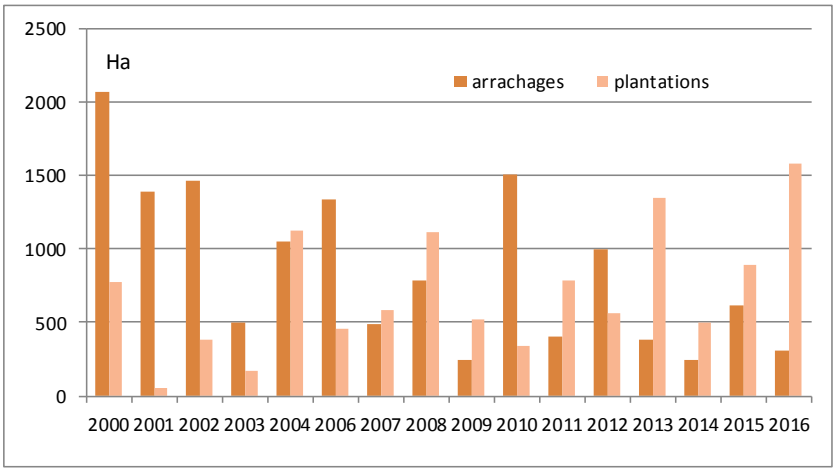
LA PRODUCTION ESPAGNOLE D'ABRICOTS



Source : Magrama - Annuaire de la statistique ; en milliers de tonnes et d'hectares

La très forte réduction du verger espagnol s'est longtemps concrétisée par un rythme d'arrachage largement supérieur aux plantations. Sur la dernière décennie néanmoins, le rapport plantations/ arrachages est positif. Il représente un gain de plus de 1 300 hectares.

RENOUVELLEMENT DU VERGER ESPAGNOL



Source : Magrama - Annuaire de la statistique ; en millier de tonnes et d'hectares

SUPERFICIE DU VERGER ESPAGNOL ET RENOUVELLEMENT

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
surfaces totales (ha)	18 150	18 338	18 834	19 226	18 169	18 729	18 542	20 334	18 451	18 822	20 353
irriguées (ha)	15 481	15 731	16 110	16 571	15 513	15 990	16 078	17 419	15 934	16 451	18 123
non irriguées (ha)	2 669	2 607	2 724	2 655	2 656	2 739	2 464	2 915	2 517	2 371	2 230
arrachages (ha)	1337	493	790	239	1510	404	992	378	246	611	308
plantation (ha)	454	579	1117	521	342	783	557	1350	500	896	1575

Source : Magrama - Annuaire de la statistique ; en hectares

D'autres statistiques confortent, même de façon plus marginale, le constat d'une intensification de la production espagnole. L'observation est plus probante sur une longue période. Il en va ainsi des gains de rendements des vergers. En effet, ils ont sensiblement progressé pour atteindre en moyenne 8,9 tonnes contre 7,6 tonnes par hectare au début des années 90. Cette hausse compense même partiellement la réduction de la taille des vergers. Enfin, la contribution des arbres isolés dans le potentiel espagnol s'est particulièrement réduite. Leur nombre a été divisé par trois (moins de 100 000 aujourd'hui au lieu de 320 000 en 1990).

A la récolte, les volumes de production retrouvent un niveau proche du début de la décennie 2000, soit près de 150 000 tonnes. L'abricot occupe la 14ème place dans l'ordre d'importance des espèces fruitières récoltées en Espagne, soit légèrement au-dessus de la cerise mais loin derrière les oranges, clémentines, pêches et nectarines. Sa contribution dans les fruits à noyau[5] est de 7 %. La transformation constitue toujours un débouché important mais qui régresse. Désormais ¼ de la production va à l'industrie contre 1/3 seulement 10 ans auparavant. Durant la même période, le marché du frais a progressé (+ 39 % en comparaison de moyennes triennales).

[5] Fruits à noyau : Pêche, nectarine, prune, cerise et abricot

PRODUCTION RECOLTEES ET DESTINATIONS PRINCIPALES

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
production totale	156 872	89 023	109 108	95 221	78 715	86 880	118 114	131 776	136 446	153 667	139 605
frais	102 252	59 056	71 004	62 302	52 278	56 589	73 988	96 272	101 824	117 106	103 704
transformation	52 546	27 462	36 525	31 420	25 097	28 756	41 921	32 963	32 281	34 611	34 490

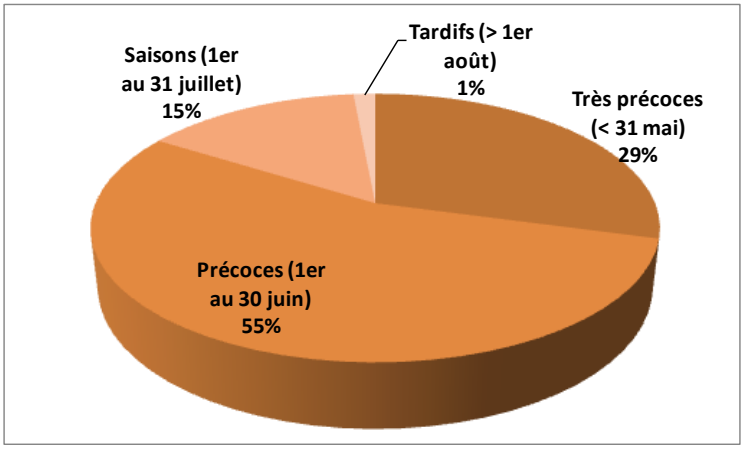
Source : Magrama - Annuaire de la statistique ; en tonnes

Caractéristiques des vergers

L'enquête de structure des vergers fournit des informations complémentaires, en particulier en termes de variétés, d'âges et de densité des plantations.

Plus de la moitié du verger espagnol se compose de variétés précoces récoltées en juin (55 %). En ajoutant celles récoltées avant le 31 mais, cela représente plus de 80 % de son potentiel. Les variétés de saison (juillet) occupent 15 % des surfaces. Comparativement aux précédentes enquêtes, le renouvellement du verger s'est fait en faveur des variétés précoces et très précoces au détriment des variétés de saison. Le groupe des très précoces frôle désormais les 30 % contre moins de 10 % en 2012.

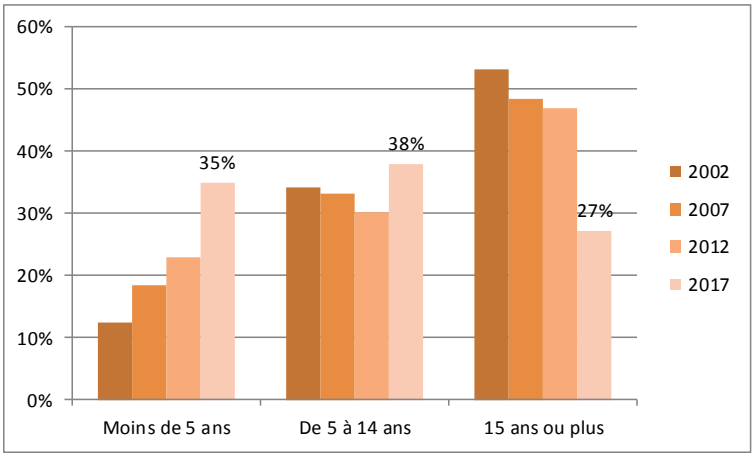
SAISONNALITE DES PLANTATIONS ESPAGNOLES



Source : Eurostat - Enquête structure des vergers 2017 ; en % des superficies

Le profil du verger espagnol par classe d'âge montre une répartition peu ou prou par tiers. Depuis 2002, le renouvellement des plantations se poursuit et semble même s'accélérer au regard de la dernière enquête (2017). En contre coup, l'importance des vieilles plantations déclinent fortement. L'Espagne manifeste une dynamique bien supérieure à ses voisins italiens ou français (27 % et 10 %, la part des plantations de moins de 5 ans dans les vergers nationaux respectifs).

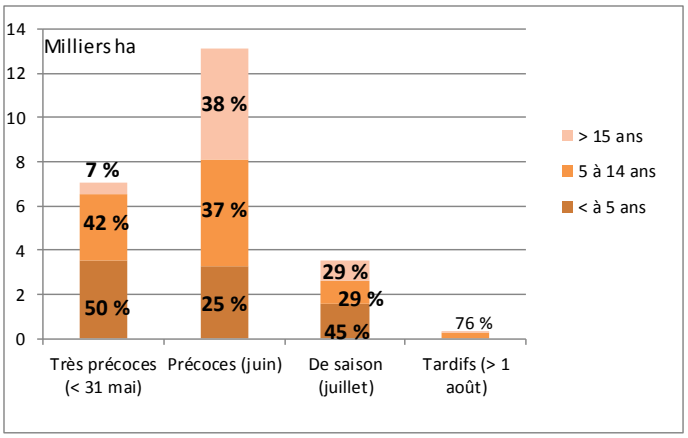
AGE DU VERGER ESPAGNOL

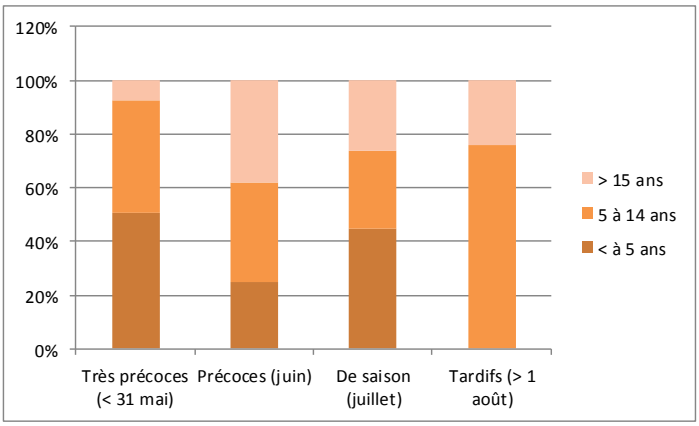


Source : Eurostat - Enquêtes structures des vergers ; en % des superficies

L'analyse par classe d'âge des groupes variétaux souligne l'orientation variétale des plantations les plus récentes. Les choix des producteurs espagnols se sont portés ces dernières années principalement sur les variétés très précoces (avant fin mai) ainsi que sur les variétés de saison (juillet). Ainsi la part des jeunes plantations (moins de 5 ans) en variétés « très précoces » est de 50 % contre 35 % pour l'ensemble du verger espagnol. Le vieillissement du verger apparaît le plus fort sur les variétés précoces ; groupe dominant en Espagne. Le renouvèlement apparaît bien plus limité auprès des variétés tardives.

GROUPE VARIETAL PAR CLASSES D'AGE EN ESPAGNE

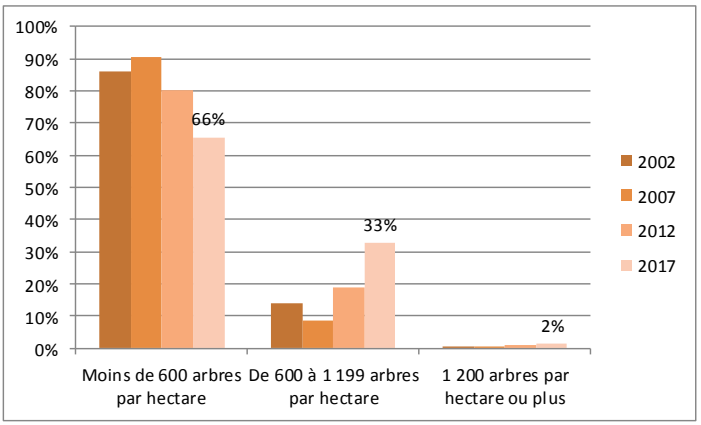




Source : Eurostat - Enquête structure des vergers 2017 ; en % des superficies

Les vergers de plus faible densité représentent encore 2/3 de surface nationale. Sa part régresse au profit de verger de densité comprise entre 600 et 1 200 arbres à l'hectare. La part des vergers à densité plus élevée (au-delà de 600 arbres/ ha) est plus importante auprès des jeunes plantations que l'ensemble national (46 % vs 35 % de la superficie nationale). Cette tendance à la densification peut en partie expliquer la hausse précédemment observée des rendements espagnols.

DENSITE DES PLANTATIONS ESPAGNOLES



Source : Eurostat - Enquêtes structures des vergers ; en % des superficies

DENSITE DE PLANTATION DU VERGER ESPAGNOL EN FONCTION DE L'AGE

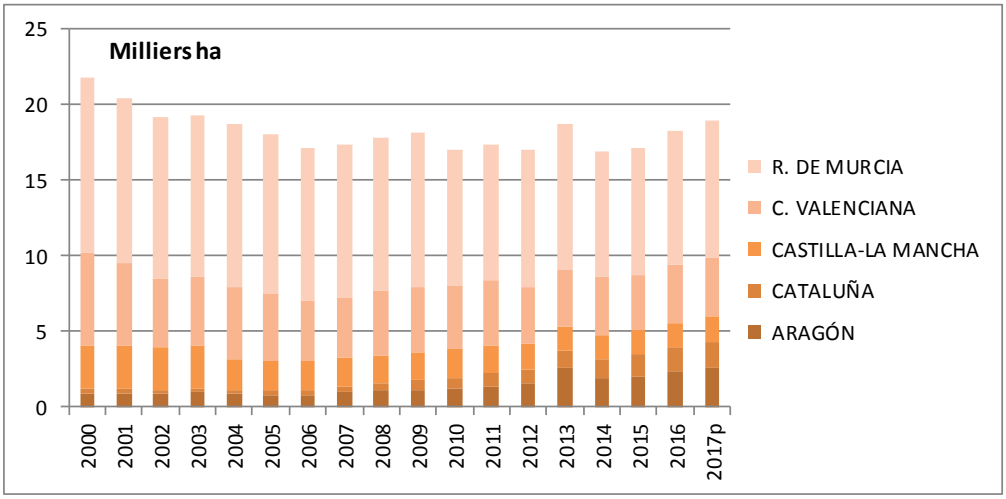
	Moins de 5 ans	De 5 à 14 ans	Plus de 15 ans	Total
Moins de 600 arbres/ha	55%	60%	87%	66%
De 600 à 1199 arbres/ha	43%	39%	12%	33%
Plus de 1200 arbres/ha	3%	1%	1%	2%
Total	100%	100%	100%	100%

Source : Eurostat - Enquête vergers 2017 ; en % de superficies

Implantation régionale

Cinq régions espagnoles cumulent 90 % de la superficie nationale. Murcie, la 1ère région en représente un peu moins de la moitié (44 % de la superficie espagnole). Avec près de 9 000 ha de vergers, elle a connu la plus forte régression de verger, perdant environ 1 500 ha sur la dernière décennie. Ce verger est quasiment entièrement irrigué (95 % de la surface régionale) et composé de variétés récoltées très tôt dans la saison, soit essentiellement en juin (précoces à 45 %) ou avant le 31 mai (extra précoces, 37 %). C'est un verger qui rajeunit puisque un peu plus de 40 % de la superficie régionale à moins de 5 ans.

SUPERFICIES REGIONALES DES PRINCIPALES PROVINCES ESPAGNOLES



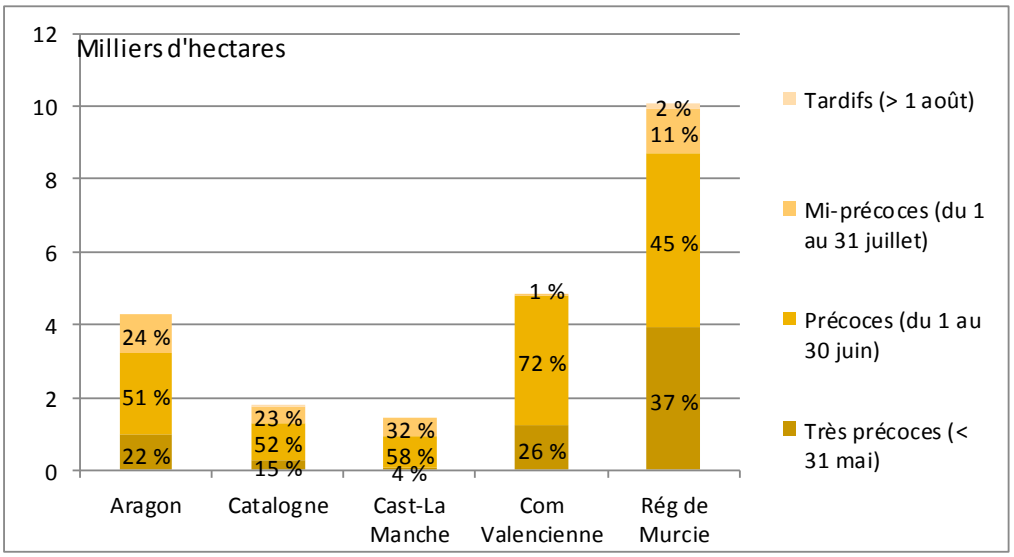
Source : Magrama - Annuaire de la statistique ; en milliers d'hectares

La communauté autonome valencienne, et principalement la zone autour de Valence, regroupe 1/5 du verger espagnol. Les vergers non irrigués représentent plus de 30 % du total. Leur importance néanmoins diminue (près de la ½ début 2000). La composition variétale est encore plus spécialisée que celle de Murcie puisque les précoces recouvrent quasi la totalité des surfaces plantées d'abricotiers (72 % du total régional). En revanche, la part des vieux vergers est plus importante que pour l'ensemble national.

Beaucoup plus au nord, l'Aragon constitue la 3ème région pour son verger d'abricotier avec un peu plus de 10 % de la superficie nationale. C'est un verger en expansion (un peu plus de 2 000 ha) qui a pratiquement triplé par rapport au début des années 2000. L'irrigation y est bien installée (93 % des surfaces régionales). La gamme variétale conduit les récoltes au mois de juillet (54 %) et de juin (51 %). 2/3 du verger régional est âgé de 5 à 14 ans. La part des jeunes plantations est égale à 18 % (contre 35 % à l'échelle nationale).

Les deux autres communautés autonomes d'Espagne que sont la Castille-la Manche et la Catalogne représentent moins de 10 % chacune de la superficie nationale. Les plantations sont quasi toutes irriguées (à 95 % ou plus des surfaces). Les récoltes en Castille-La Manche ont lieu en juin (58 %) et juillet (32 %) tandis qu'en Catalogne, elles s'effectuent principalement sur les mêmes périodes mais aussi de façon significative sur le créneau très précoce.

REPARTITION ET STRUCTURE DES VERGERS ESPAGNOLS



Source : Magrama - Enquête vergers 2017 ; en % des superficies

SUPERFICIES REGIONALES DES PRINCIPALES PROVINCES ESPAGNOLES

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017p
Aragon	749	982	1 081	1 157	1 270	1 346	1 568	2 590	1 981	2 080	2 338	2 554
Catalogne	351	351	449	614	674	883	916	1 115	1 193	1 395	1 594	1 797
Castille-La Manche	1 956	1 920	1 912	1 912	1 895	1 875	1 690	1 650	1 625	1 630	1 662	1 621
Communauté Valencienne	3 962	3 978	4 302	4 248	4 252	4 321	3 813	3 740	3 851	3 671	3 777	3 892
Région de Murcie	10 152	10 108	10 027	10 224	8 921	8 957	9 074	9 664	8 215	8 342	8 927	9 049
Espagne	18 150	18 338	18 834	19 226	18 169	18 729	18 542	20 334	18 451	18 822	20 353	21 002

Source : Magrama - Annuaire de la statistique ; en hectares

L'évolution régionale des vergers d'abricotiers depuis 10 ans souligne une réduction des surfaces dans la partie Sud de l'Espagne, en particulier à Murcie (- 1 500 ha) mais aussi de façon moindre dans les communautés Valencienne (- 340 ha) et de Castille-La Manche (- 310 ha). Les deux dernières plus au nord, Aragon et la Catalogne voient leur potentiel se développer, gagnant chacune plus de 1.000 hectares sur la même période.

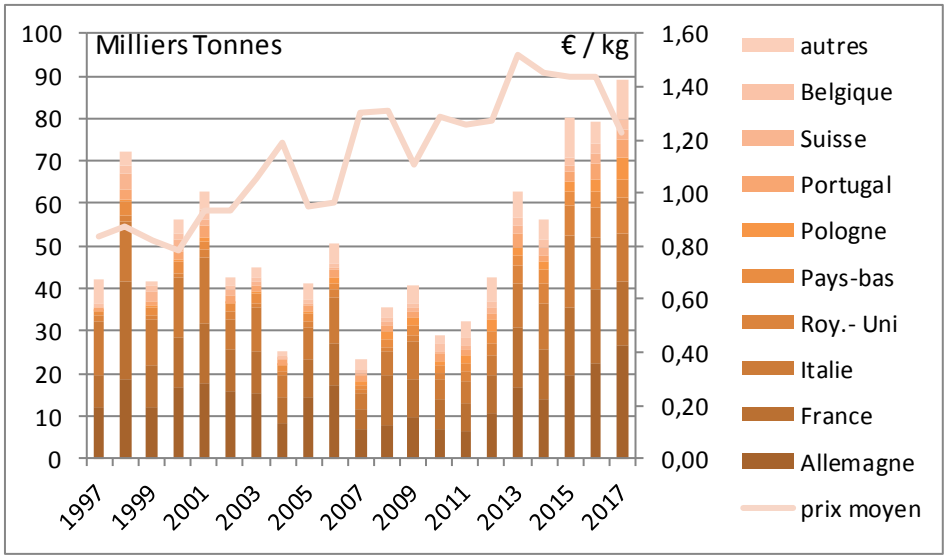
Principales destinations des exportations espagnoles

L'Espagne exporte un peu plus de 80 000 tonnes d'abricots. Ce pays est devenu le 1er exportateur européen, devançant la France depuis peu. L'export pèse pour plus de la moitié de sa production.

Allemagne, France et Italie constitue les trois principaux pays clients puisqu'ils regroupent plus de la moitié des exportations espagnoles (63 % plus précisément). L'augmentation des envois auprès de ces destinations ainsi qu'un élargissement de son portefeuille clients contribuent à la progression des ventes à l'étranger. Les envois hors de l'UE restent minimes (moins de 5 % du total) et concerne essentiellement le marché Suisse.

L'augmentation régulière du prix moyen permet une valorisation croissante des exportations espagnoles.

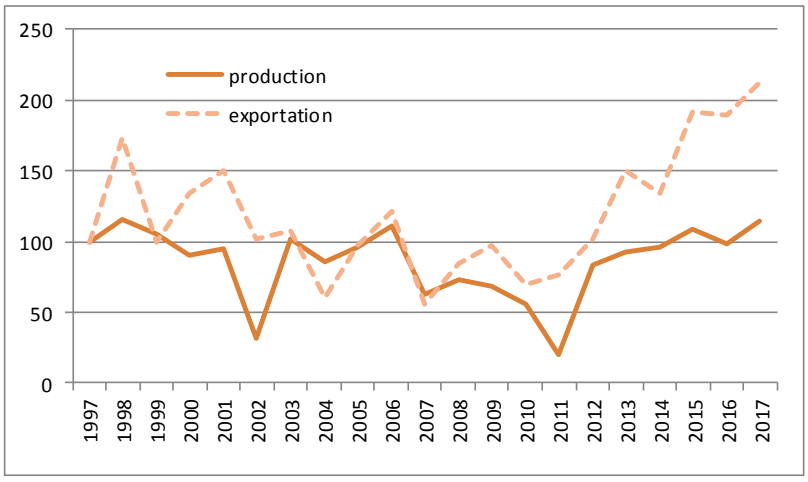
EXPORTATIONS ESPAGNOLES D'ABRICOTS



Source : Eurostat ; en milliers de tonnes et €/ kg

L'exportation fluctue en grande partie en fonction de l'évolution de la production. En revanche, on observe un net décrochage des deux courbes depuis le début des années 2010, significatif d'un dynamisme plus grand à l'export.

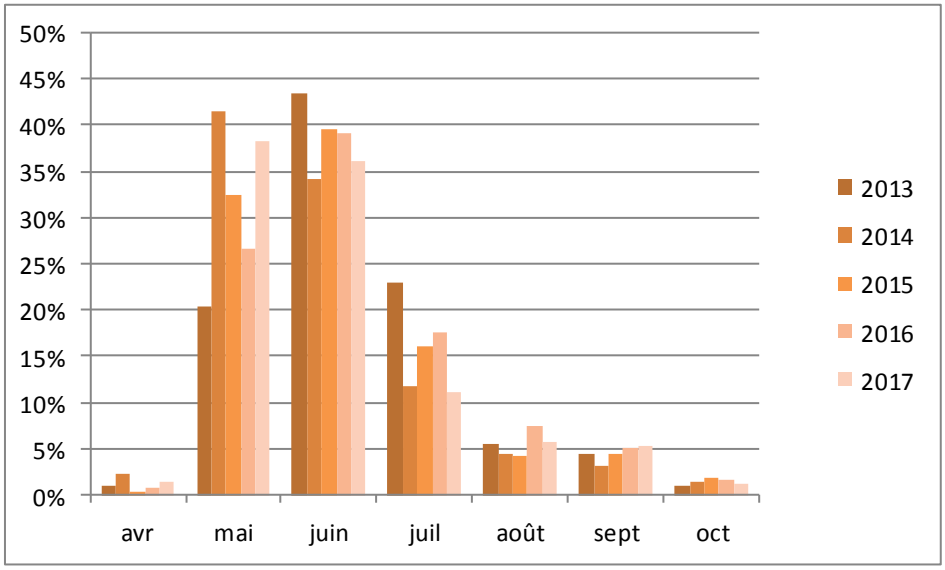
EVOLUTIONS COMPAREES DE LA PRODUCTION ET DE L'EXPORTATION ESPAGNOLES



Source : Eurostat ; tonnes produites ou exportées en base 100 = 1997

L'observation des exportations mensuelles entre 2013 et 2017, confirme l'importance des mois de mai et surtout de juin dans le calendrier ibérique. Ils représentent plus de 2/3 des exportations. La tendance en production vers plus de précocité se retrouve à l'exportation : hausse de la part du mois de mai et baisse de celle de juillet.

EVOLUTION DU CALENDRIER D'EXPORTATION ESPAGNOL



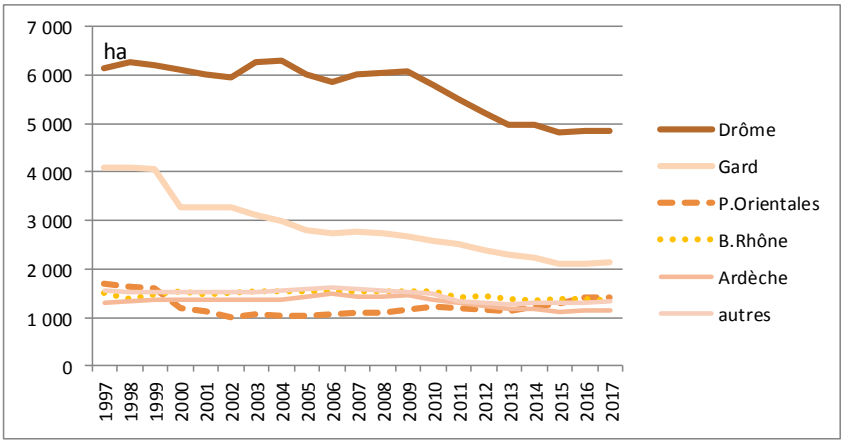
Source : Eurostat ; en % de volume

La production française

La statistique annuelle du ministère de l'Agriculture évalue les surfaces de vergers d'abricots à 12 200 hectares. Ces superficies recouvrent l'ensemble des vergers, quels que soient leur âge et leur destination (frais ou transformé). Cinq départements regroupent 90 % de la superficie nationale avec dans un ordre décroissant le classement suivant : Drôme, Gard, Pyrénées Orientales, Bouche du Rhône et Ardèche.

Les superficies consacrées à cette production diminuent. En 10 ans, 2 200 ha ont disparu. Cette baisse a été plus sévère auprès des deux départements qui détiennent le plus de surfaces. Ainsi le verger drômois s'est réduit de 1 100 ha tandis que celui du Gard, un peu plus de 600 ha. Les Pyrénées Orientales constituent l'exception avec un verger qui gagne 300 ha durant la même période.

SUPERFICIES DEPARTEMENTALES DES VERGERS D'ABRICOTS

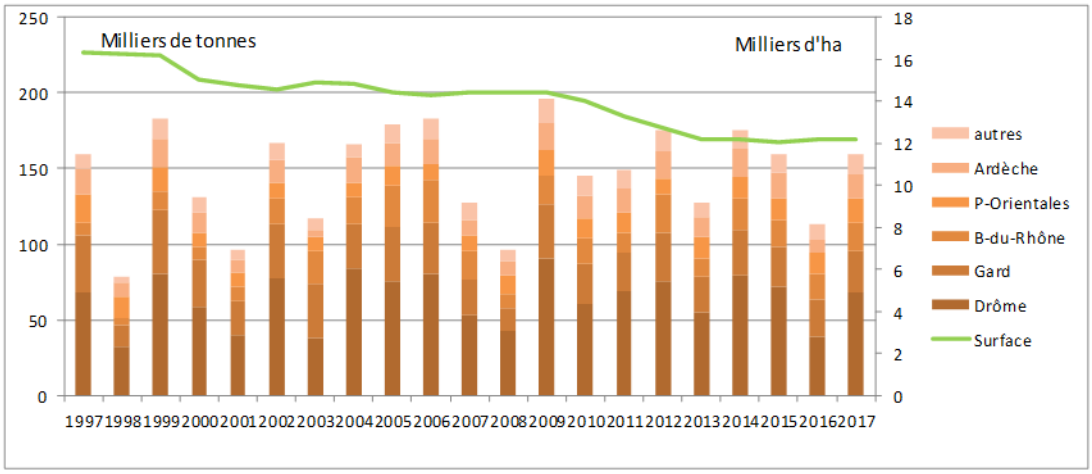


Source : Agreste ; en hectares

Cette concentration du potentiel de production se retrouve de façon encore plus manifeste au niveau régional. Trois d'entre elles (selon l'ancien découpage administratif) du Sud-Est de la France, disposent de la quasi-totalité du verger français : Rhône-Alpes, Languedoc-Roussillon, PACA.

La production annuelle nationale est estimée en moyenne à 145 000 tonnes. Sur la dernière décennie, les récoltes ont diminué de près de 20 000 tonnes ; une baisse qui se retrouve auprès de tous les départements à l'exception des Pyrénées Orientales. Néanmoins, sur une plus longue période cette évolution négative ne se confirme pas. En effet, depuis 1997, les volumes ont plutôt progressé. La courbe de tendance établie à partir des moyennes mobiles de production sur 3 ans semble l'indiquer. La hausse des rendements est venue compenser la réduction des surfaces de vergers.

PRODUCTION FRANCAISE D'ABRICOT



Source : Agreste ; en milliers de tonnes et d'hectares

Le potentiel régional

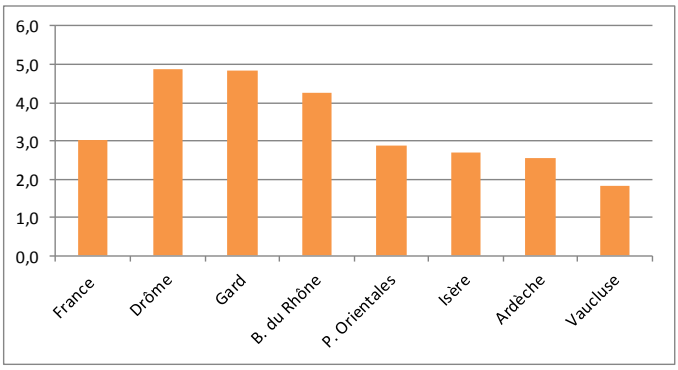
Les structures de production

Les données du Recensement Agricole (RA-2010) complétées des résultats d'enquête de l'Inventaire des vergers d'Agreste (2013) permettent de caractériser les vergers d'abricotiers. Enfin, le suivi par Eurostat des enquêtes en verger fournit des données moins détaillées mais plus récentes (2017).

Ainsi le dernier recensement agricole dénombrait un peu plus de 5 000 exploitations pour une surface de vergers d'abricotiers totale de 15 300 ha. C'est devenu, entre les deux derniers recensements (2000 – 2010), le 4ème verger par sa taille devant la pêche et nectarine mais après la pomme, la noix et la prune. L'autre évolution est la réduction plus rapide du nombre d'exploitations (- 30 %) que des surfaces (- 9 %).

La surface moyenne nationale des vergers par exploitation dépasse légèrement les 3 ha au lieu de 2,23 ha en 2000. Cette taille moyenne varie selon les départements. Les départements leaders en termes de surface plantée sont également ceux dont la taille moyenne des vergers est la plus élevée. Dans la Drôme et le Gard, la taille des vergers par exploitation avoisine les 5 ha, donc supérieure à la moyenne nationale.

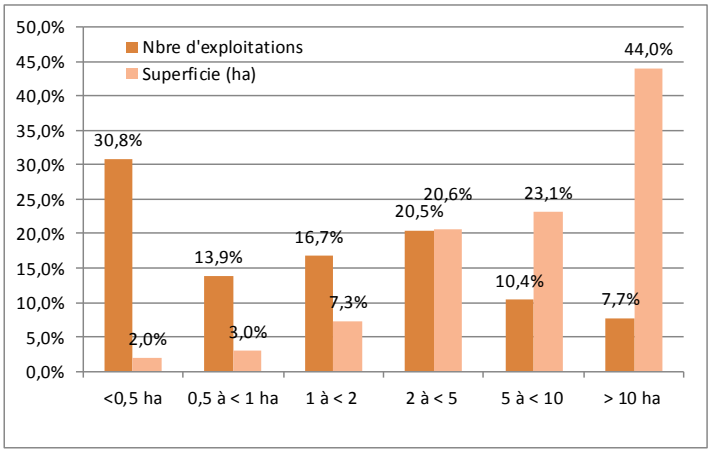
SURFACE MOYENNE DES VERGERS D'ABRICOT



Source : Agreste, RA 2010 ; en ha

A l'échelle nationale, près d'une exploitation sur deux (45 %) dispose de surface plantée de moins de 1 ha. A l'opposé, les vergers de plus de 10 ha concernent moins de 10 % (7,7 % précisément) des exploitations. En revanche, l'importance de ces grandes surfaces dans le verger national pèse de plus en plus lourd. Elles représentent désormais 44 % de la surface d'abricotier national contre 29 % en 2000.

REPARTITION DES EXPLOITATIONS ET DES SURFACES SELON LA TAILLE DES VERGERS



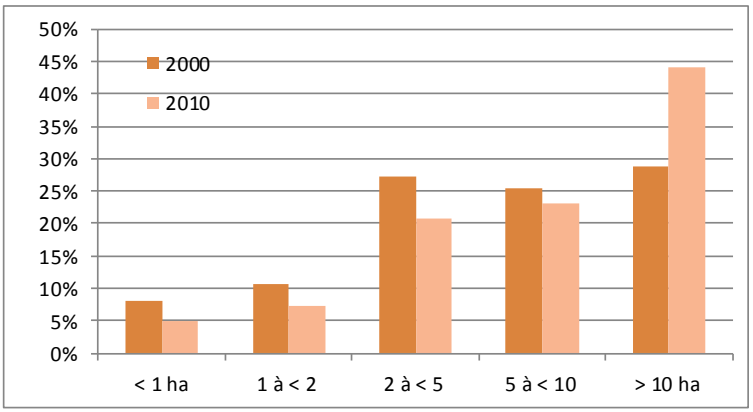
Source : Agreste, RA 2010 ; Nombre d'exploitations et Superficies en ha

REPARTITION DES EXPLOITATIONS ET DES SUPERFICIES SELON LA TAILLE DES VERGERS D'ABRICOTIER

		2000		2010		Evol 2010/2000	
		Nbre d'exploit.	Superf. (ha)	Nbre d'exploit	Superf. (ha)	Nbre d'exploit	Superf.
Abricot	<0,5 ha	2 409	507	1 566	305	-35,0%	-39,9%
	De 50 ares à moins d'1 ha	1 271	827	709	459	-44,2%	-44,5%
	De 1 à moins de 2 hectares	1 369	1 799	850	1 120	-37,9%	-37,8%
	De 2 à moins de 5 hectares	1 534	4 572	1 042	3 163	-32,1%	-30,8%
	De 5 à moins de 10 hectares	636	4 268	527	3 541	-17,1%	-17,0%
	10 hectares ou plus	299	4 812	394	6 739	31,8%	40,0%
	Ensemble	**7 518**	**16 785**	**5 088**	**15 326**	**-32,3%**	**-8,7%**

Source : Agreste, RA 2010 ; Nombre d'exploitations et Superficies en ha

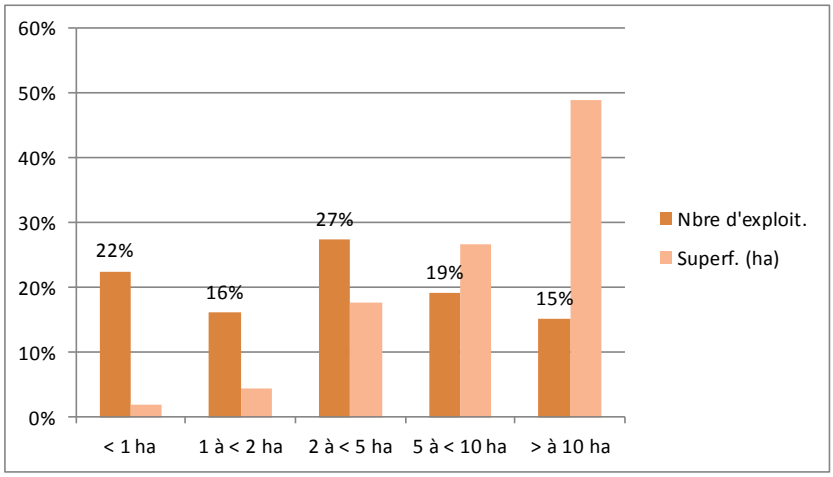
REPARTITION DES SURFACES SELON LA TAILLE DES VERGERS



Source : Agreste, RA 2010

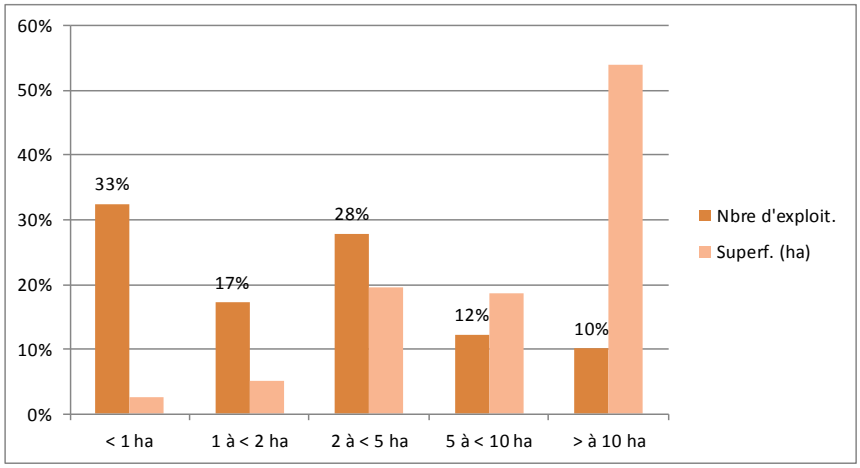
Au niveau des territoires des différences se font jour. Dans les départements leaders comme Drôme, ou Gard, les exploitations de moins d'un hectare d'abricotiers représentent à peine 20 % du nombre contre 45 % au niveau national. A l'inverse, celles de plus de 10 ha sont en proportion nettement plus importante (jusqu'à 15 % vs 7 % ensemble France). La tendance se retrouve pour les Bouches du Rhône et Pyrénées Orientales mais de façon moins prononcée.

REPARTITION DANS LA DROME DES EXPLOITATIONS ET DES SURFACES



Source : Agreste, RA 2010 ; Nombre d'exploitations et Superficies en ha

REPARTITION DANS LES B.DU RHONE DES EXPLOITATIONS ET DES SURFACES



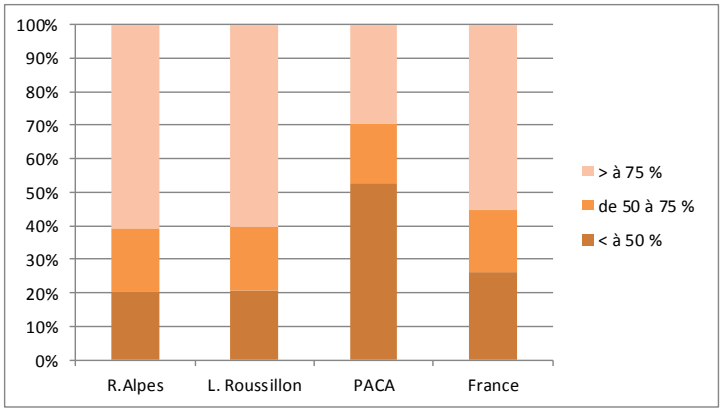
Source : Agreste, RA 2010 ; Nombre d'exploitations et Superficie en ha

D'après l'AOP abricot[6] (Inventaire Verger 2014), la taille moyenne des vergers par exploitation est significativement différente en fonction des zones de production. Elle ainsi évaluée à 10 ha dans la zone Gard/ Crau au lieu de 4,8 ha dans la Drôme et 3 ha en Roussillon.

Le champ de l'Inventaire des vergers de 2013 d'Agreste est plus restrictif que celui du RA puisqu'il ne s'intéresse qu'aux surfaces d'au moins 1 ha par espèce et par exploitation[7]. Le niveau de détail de l'information est régional plutôt que départemental comme le RA. Dans ce contexte, la France compte 2 351 exploitations qui disposent d'abricotiers pour une surface nette/ plantée de vergers de 12 767 ha ; soit une surface moyenne nationale d'un peu plus de 5 ha. Les répartitions régionales en nombre d'exploitations comme en surface sont assez similaires (50 à 54 % pour Rhône-Alpes, 30 % Languedoc-Roussillon et 13 à 15 % PACA).

Les exploitations très spécialisées pour la production d'abricot sont celles dont la superficie en abricotiers constitue plus de 75 % de leur surface totale de verger. Ces spécialistes rassemblent la moitié des exploitations et plus de la moitié de la superficie nationale. Cette proportion s'accroît pour les régions Rhône-Alpes et Languedoc Roussillon. Elle n'est que de l'ordre de 30 % en PACA.

REPARTITION DES VERGERS SELON LA SPECIALISATION ABRICOT



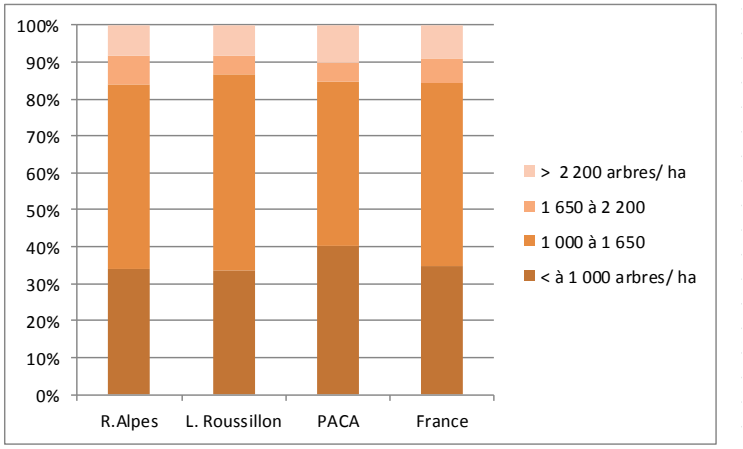
Taux de spécialisation = rapport de surface nette en abricot / surface nette des vergers 10 espèces
Source : Agreste - Inventaire des vergers 2013 ; en % superficie nette

[6] L'AOP abricot regroupe plus d'une trentaine d'OP et d'entreprises qui représentent la moitié de la production nationale.

[7] Un ha minimum de surface de verger pour l'abricot comme pour la pomme, la pêche et la nectarine, la prune, la noix, le kiwi et d'agrumes. Le champ retenu est seulement de 0,5 ha pour la cerise, la poire et le raisin.

La densité de plantation des vergers d'abricotiers la plus représentative est comprise dans un intervalle de 1 000 à 1 650 arbres par hectare. En effet, elle représente la moitié de la superficie nationale. La région Paca se distingue avec un profil de verger de densité plus faible. En effet, la proportion de vergers de moins de 1 000 arbres/ ha y est plus élevée (40 % vs 35 % au niveau national).

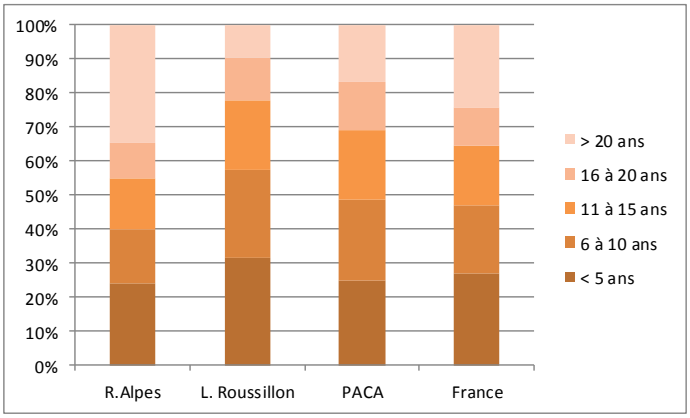
REPARTITION DES SURFACES SELON LA DENSITE



Source : Agreste - Inventaire des vergers 2013

L'âge des vergers caractérise mieux les régions que la densité. D'après l'inventaire des vergers de 2013, les vergers de moins de 10 ans représentent près de la moitié de la superficie nationale (respectivement 27 % de moins de 5 ans et 20 % de 6 à 10 ans)[8]. La comparaison avec la répartition nationale permet de différencier deux régions. Rhône-Alpes avec une part de vergers anciens plus importante. Ainsi 45 % de la superficie régionale (vs 35 % au niveau national) se compose de vergers de plus de 16 ans. A l'inverse la région Languedoc-Roussillon se distingue par une proportion plus forte de vergers de moins de 10 ans (57 % au lieu de 47 % de la superficie nationale).

REPARTITION DES SURFACES SELON L'AGE DES VERGERS

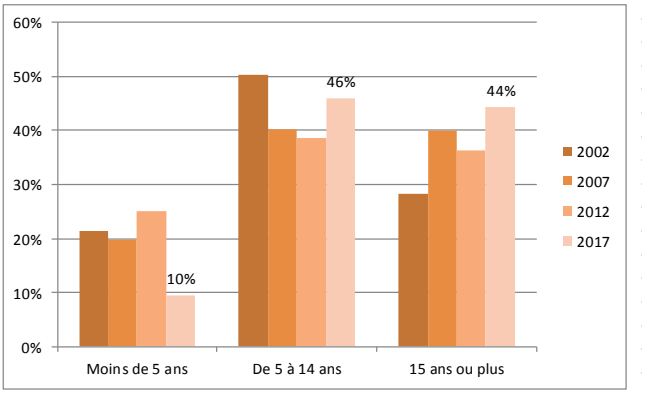


Source : Agreste - Inventaire des vergers 2013 - Ctifl

[8] Pour l'AOP abricot, la part des vergers de moins de 10 ans progresse. Ces plantations représentent plus de la moitié du verger ; soit exactement 56 % en 2018 vs 51 % en 2014.

La dernière série (2017) de l'enquête vergers fournit par Eurostat souligne une rupture de tendance sur le territoire national, avec une baisse de la part des vergers de moins de 5 ans ; une situation singulière que ses compétiteurs européens, en particulier l'Espagne ne semblent pas rencontrer. Le poids des vergers de moins de 5 ans en Italie ou en Espagne demeure à des niveaux bien supérieurs à celle de la France (respectivement 27 % et 35 % vs 10 % de la superficie française).

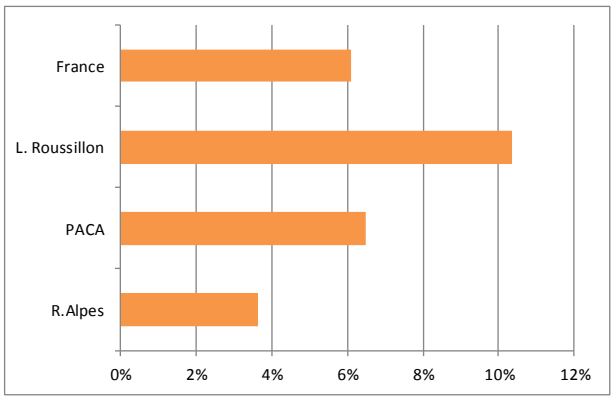
AGE DU VERGER Français



Source : Eurostat - Enquêtes structures des vergers ; en % des superficies

L'importance des **superficies conduites en agriculture biologique** souligne une situation assez contrastée entre les régions principales de production qui peut être significative de pressions parasitaires différenciées.

PART DU VERGER BIO EN D'ABRICOT



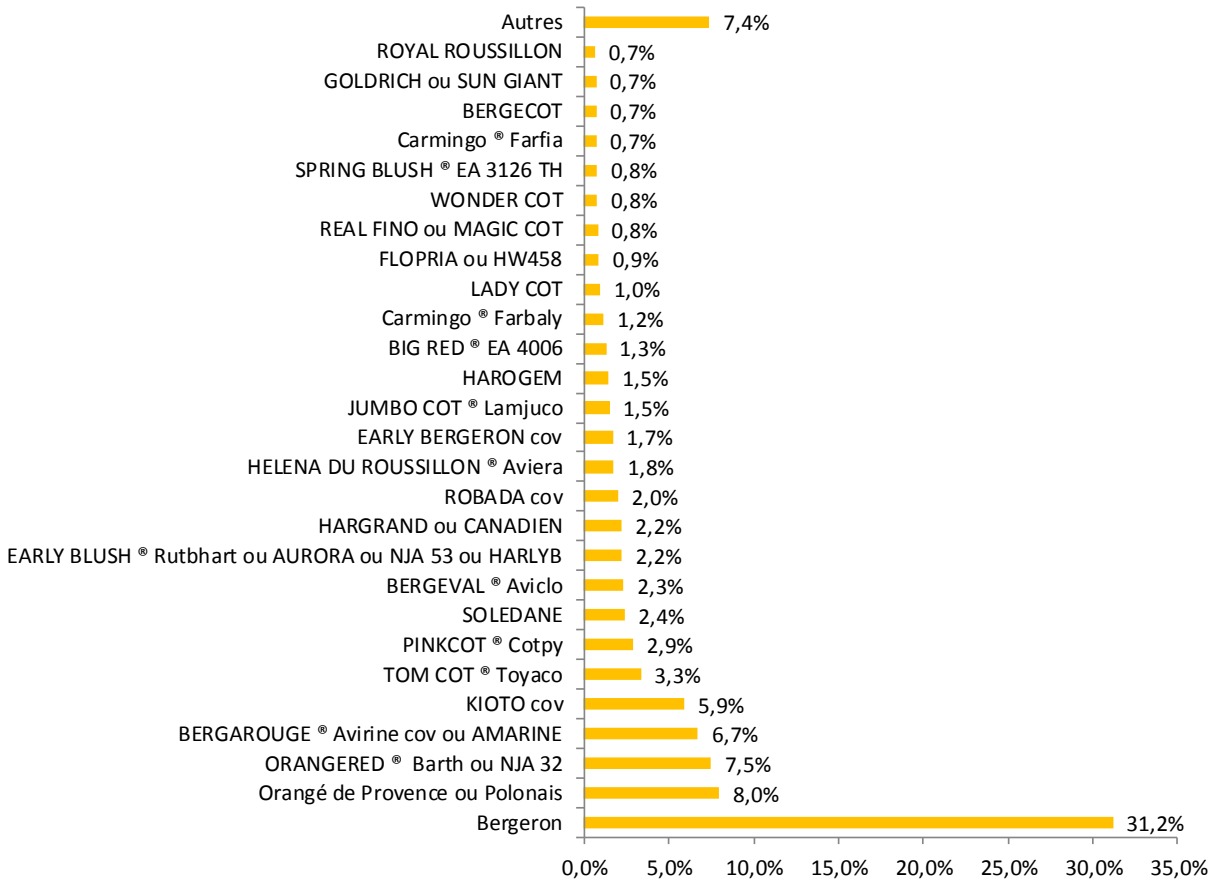
Source : Agreste - Inventaire des vergers 2013 - Ctifl ; en % superficie nette

Languedoc-Roussillon constitue également la région où la proportion commercialisée par les OP est la plus importante (47 % contre 30 % en Rhône-Alpes et 30 % en PACA). De même, la part conditionnée sur l'exploitation se révèle plus élevée en Languedoc-Roussillon qu'ailleurs (56 % vs 21 % Paca et 33 % Rhône-Alpes).

Gamme variétale des vergers

D'après Agreste et son enquête sur les pratiques culturales en arboriculture (2012), cinq variétés sur la centaine cultivées en France représentent 60 % des superficies nationale[9]. Parmi les variétés les plus représentées dans le verger français, on retrouve des variétés historiques qui sont bien adaptées aux principaux bassins de production, Bergeron en tête, mais aussi Orangé de Provence. ORANGERED® Barth et BERGAROUGE® Avirine cov sont bien représentées et proposent également une offre comprise entre mi-juin à la mi-août. Le créneau précoce apparaît également bien représenté avec les variétés comme Soledane, TOM COT® Toyaco ou PINKCOT® Cotpy. Les variétés plus tardives comme Farbaly ou Faralia à l'inverse le sont moins[10].

Parts des principales variétés cultivées dans le verger national d'abricotier (% de surfaces)



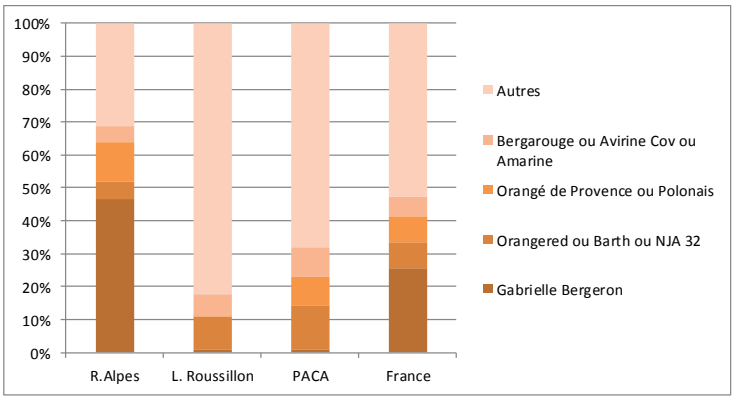
Source : Agreste - Enquête sur les pratiques phytosanitaires en arboriculture 2012

[9] Pour l'AOP abricot en 2018, la diversité variétale apparaît plus grande. Près d'une trentaine de variétés regroupe 74 % des surfaces en verger. En 1997, 91 % du verger français était planté avec 10 variétés.

[10] LICHOU J., JAY J.M., Monographie Abricot, CTIFL, 2012.

L'inventaire des vergers de 2013 d'Agreste met en évidence des profils de gamme variétale assez différents entre les régions. Sans surprise, le groupe Bergeron est sur-présenté en Rhône-Alpes, soit 47 % de la superficie régionale (vs 26 % au niveau national). La composition variétale est plus diversifiée dans les deux autres régions, plus particulièrement en Languedoc-Roussillon.

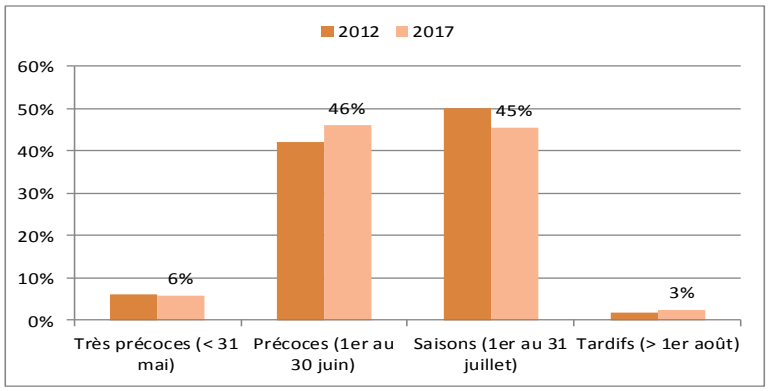
REPARTITION DES SURFACES SELON LE GROUPE DE VARIETES



Seuls les groupes de variétés représentant plus de 5 % de l'ensemble des surfaces sont isolés dans le tableau ; les autres groupes sont inclus dans "Autres"
Source : Agreste - Inventaire des vergers 2013 ; en % de surface

Selon Eurostat (enquête structure des vergers), un peu plus de 90 % des plantations concernent les variétés précoces et de saison ; soit les périodes de récolte sur les mois de juin et de juillet[11]. La France se distingue des plantations italiennes ou espagnoles, en raison d'une moindre proportion dans sa gamme des variétés très précoces (6 %au lieu respectivement de 15 % et 29 %).

SAISONNALITE DES PLANTATIONS EN FRANCE



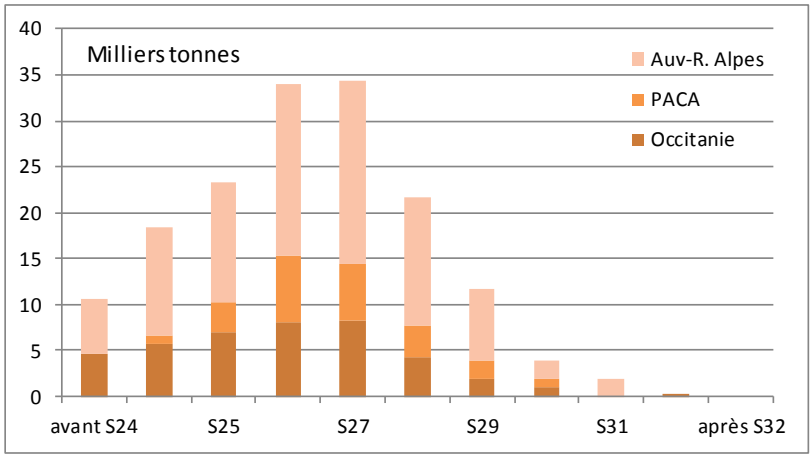
Source : Eurostat - Enquête structure des vergers ; en % des superficies

[11] La répartition selon l'AOP abricot en 2018 est la suivante : 15 % très précoce ; 38 % précoce ; 37 % saison ; 8 % tardive

Le calendrier régional de production

Agreste dresse dans ses notes de conjoncture de fin de campagne, le déroulé hebdomadaire de la production selon les trois principales régions de production : Rhône-Alpes, Occitanie et Paca. Ce calendrier démarre avant la 24ème semaine de l'année, soit à la mi-juin et se termine après la 32ème semaine, c'est-à-dire mi-août. Le pic de production se situe le plus fréquemment en 27ème semaine, qui correspond à la 1ère semaine de juillet.

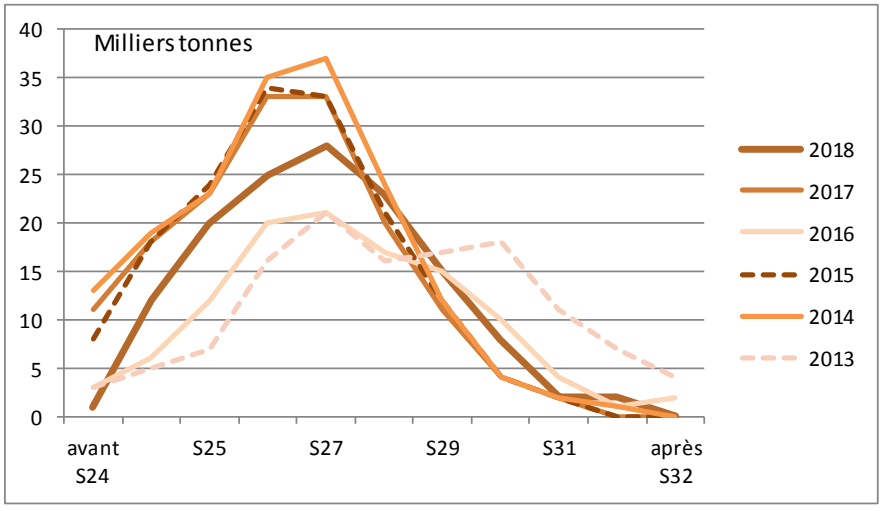
REPARTITION REGIONALE DE LA PRODUCTION D'ABRICOTS



Source : Agreste Conjoncture ; en milliers de tonnes - moyenne 2014-2015-2017

Le relevé des calendriers sur 5 ans met évidence l'importance de Rhône-Alpes, 1ère région de production sur le déroulé des campagnes. Son déficit durant les campagnes 2013 et 2016, en raison d'intempéries, impacte fortement le niveau et la forme des courbes. Ces calendriers permettent aussi d'illustrer la complémentarité des régions, entre Rhône-Alpes avec notamment sa variété phare Bergeron, plus orientée sur la 2ème partie de campagne, soit des créneaux de pleine saison et tardif, et les deux autres (Occitanie et Paca) plus accès sur les variétés précoces et de pleine saison.

CALENDRIER DE PRODUCTION D'ABRICOTS DEPUIS 5 ANS



Source : Agreste Conjoncture ; en milliers de tonnes

Démarches de reconnaissance officielle de la qualité

A côté de la production biologique, l'abricot compte plusieurs autres démarches de reconnaissance officielle de la qualité. Le 1er cahier des charges du Label agricole abricot a été homologué en 2001 mais depuis révisé. Ce label met en avant une qualité supérieure d'abricots de producteurs drômois.

L'AOC (appellation d'origine contrôlée) abricot rouge de Roussillon a été officialisée pour sa part en 2015. Cette appellation est attachée à un terroir et un savoir-faire. En l'occurrence, un cahier des charges précise une délimitation territoriale, les variétés et les modes de conduites pour une commercialisation sous AOC/ AOP (appellations d'origine protégées, reconnaissance européenne).

Enfin, des producteurs de la région de Buis-les-Baronnies sont en cours de reconnaissance pour une IGP (indication géographique protégée).

Les échanges de la France

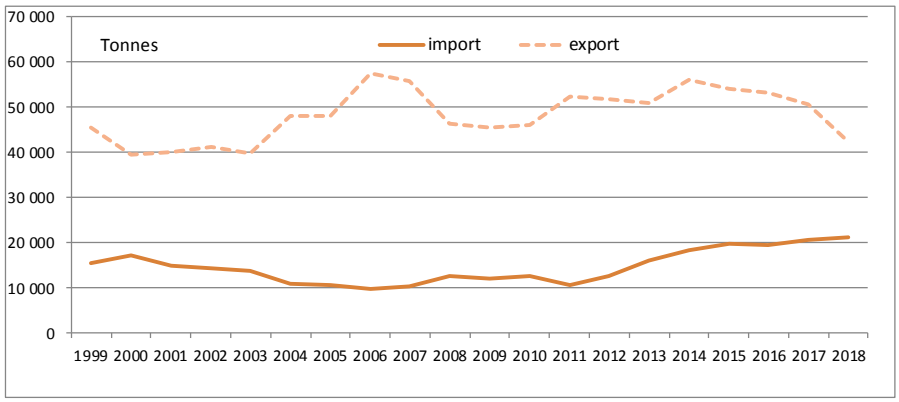
Pour rappel, la France demeure dans le trio de tête des exportateurs mondiaux d'abricot. Elle a été longtemps leader devant l'Espagne et la Turquie. Elle s'est vue dépasser ces dernières années par son voisin ibérique.

Le solde des échanges

Le solde des échanges d'abricots est excédentaire depuis de nombreuses années. C'est d'ailleurs, le seul fruit à noyau qui soit en France dans cette configuration. L'évolution de ce solde sur la dernière décennie montre une diminution de l'excédent en raison d'une progression de l'importation et baisse des exportations ces 5 dernières années. L'observation sur une plus longue période, en moyenne mobile, pour s'affranchir des phénomènes d'alternance, confirme la tendance baissière mais pour un solde qui reste toujours un peu supérieur à celui de la fin des années 1990.

En valeur, le décalage de prix entre les imports et les exports (jusqu'à 40 centimes en faveur de l'export) s'est considérablement réduit du fait d'une progression plus forte des cours moyens des abricots importés.

ECHANGES COMMERCIAUX D'ABRICOTS



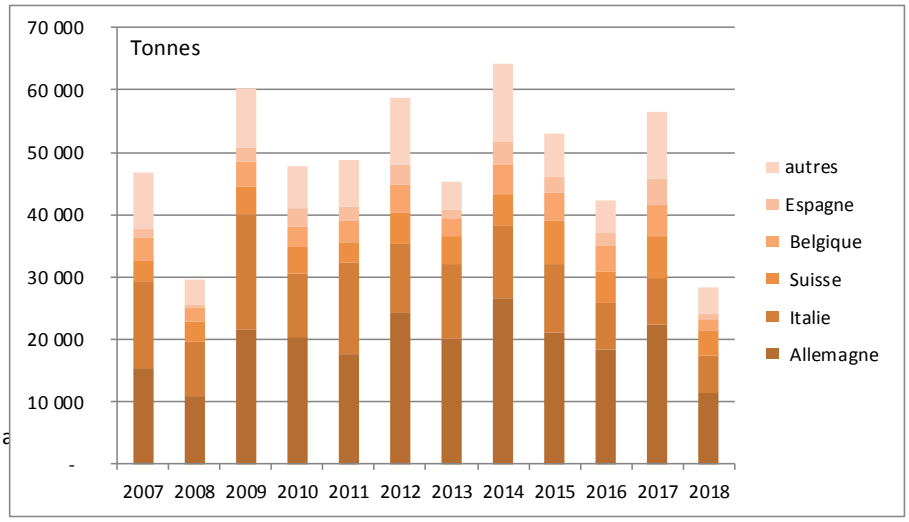
Source : Douanes françaises, en tonnes ; moyennes mobiles sur 3 ans

Les exportations françaises

La France exporte en moyenne sur 3 ans (2016-2017-2018), 42 000 tonnes d'abricots par an. Cela représente environ un tiers de la production nationale. Le niveau des exportations varie directement en fonction des récoltes.

Les envois vers l'étrangers ont diminué de près de 10 % sur la dernière décennie soit une baisse de l'ordre 4 000 tonnes. La réduction des livraisons vers l'Italie (seconde place d'expédition-exportation) explique en grande partie cette tendance. En effet depuis 2007, ces envois ont baissé de près de moitié 50 % pour s'établir désormais à un peu moins de 7 000 tonnes. Sur la même période, l'Allemagne et la Suisse, les 1ers et 3èmes marchés à l'exportation de la France (respectivement 17 000 et 56 000 tonnes) progressent respectivement de + 4 % et + 20 %.

EXPORTATIONS FRANCAISES D'ABRICOTS



Source : Douanes françaises ; en tonnes

EXPORTATIONS FRANCAISES D'ABRICOTS

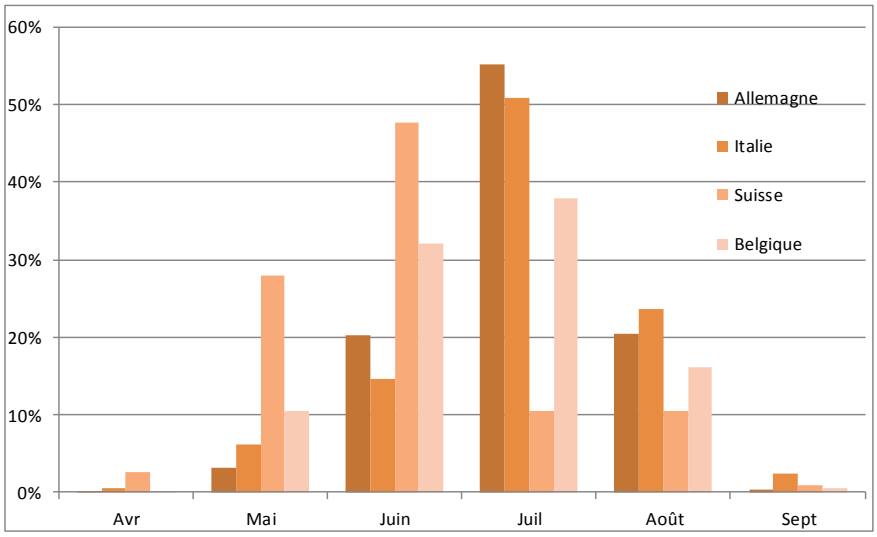
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Allemagne	15 446	10 942	21 506	20 432	17 714	24 308	20 179	26 463	21 114	18 437	22 288	11 273
Italie	13 913	8 629	18 407	10 125	14 472	11 075	11 773	11 790	10 970	7 293	7 409	6 111
Suisse	3 158	3 323	4 496	4 133	3 246	4 896	4 566	4 916	6 923	5 128	6 966	3 940
Belgique	3 789	2 161	4 137	3 266	3 705	4 426	2 864	4 873	4 620	4 250	4 924	1 659
Espagne	1 427	598	2 219	3 069	2 154	3 343	1 373	3 587	2 393	1 968	4 156	1 031
autres	9 060	3 988	9 577	6 851	7 396	10 621	4 581	12 574	7 073	5 241	10 663	4 261
Tot Export	46 793	29 641	60 341	47 875	48 687	58 668	45 335	64 203	53 093	42 318	56 407	28 274

Source : Douanes françaises ; en tonnes

En termes de cotations tous les marchés ne se valent pas. La Suisse et la Belgique (prix moyen de 2,17 €/ kg) sont de loin plus rémunérateurs que l'Italie (0,75 €/ kg) et même l'Allemagne (1,68 €/ kg). De fait en valeur, après l'Allemagne, la Suisse et la Belgique se positionnent dans le trio de tête des pays clients à l'exportation.

Le calendrier des exportations françaises se cale sur le rythme des récoltes en verger. En conséquence, le pic des envois pour une majorité des pays destinataires a lieu en juillet. La Suisse se démarque avec un point culminant en juin. Ces envois plus précoces peuvent révéler aussi des flux de réexportation.

CALENDRIER DES EXPORTATIONS FRANCAISES

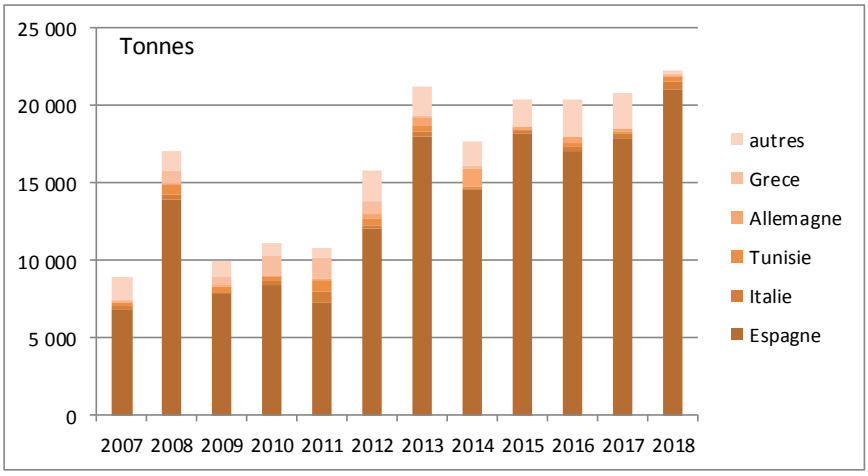


Source : Douanes françaises ; en % de volume

Les importations françaises

La France importe en moyenne 21 000 tonnes d'abricots, soit autour de 15 % de sa production. Entre 2007 et 2018, les importations ont progressé de 40 %. C'est un gain d'un peu plus de 8 500 tonnes sur la période. Cette hausse a bénéficié au principal fournisseur qui est l'Espagne. Ce pays, en effet, représente pratiquement 90 % des importations françaises.

IMPORTATIONS FRANCAISES D'ABRICOTS



Source : Douanes françaises ; en tonnes

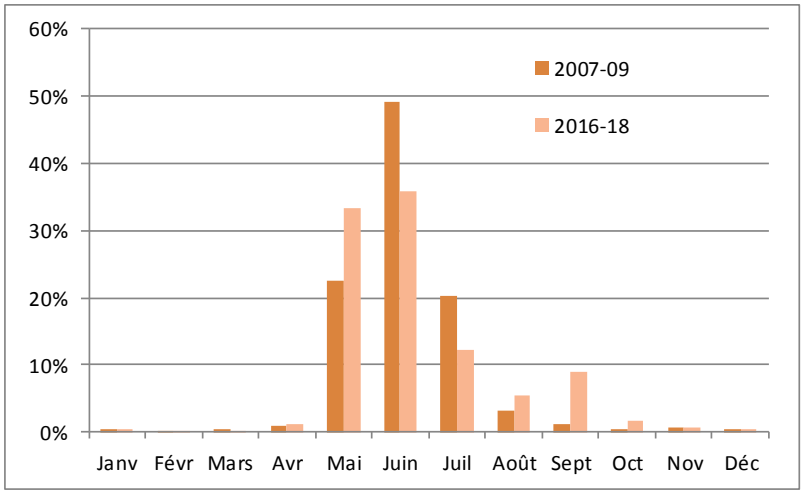
IMPORTATIONS FRANCAISES D'ABRICOTS

	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Espagne	6 851	13 919	7 857	8 389	7 218	12 054	18 023	14 521	18 215	17 067	17 844	21 011
Italie	160	373	66	370	742	180	246	127	152	279	381	515
Tunisie	270	601	412	135	705	464	451	89	7	235	110	311
Allemagne	40	89	70	102	152	250	533	1 192	211	383	153	120
Grece	183	846	519	1 296	1 393	846	60	198	20	0	0	106
autres	1 436	1 187	1 056	800	560	1 970	1 940	1 602	1 785	2 479	2 288	242
Total IMP	8 940	17 015	9 980	11 091	10 770	15 764	21 252	17 730	20 391	20 442	20 776	22 304

Source : Douanes françaises ; en tonnes

L'évolution du calendrier des importations françaises souligne la tendance à un plus grand étalement. En l'occurrence, la contribution des envois en juin diminue au profit principalement des mois de mai et septembre.

CALENDRIER DES IMPORTATIONS EN PROVENANCE D'ESPAGNE

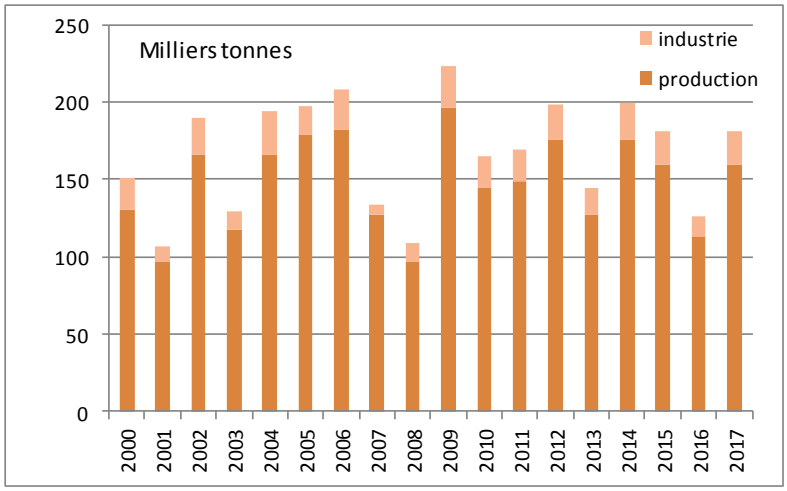


Source : Douanes françaises ; en % des quantités

La transformation

Entre 10 % et 15 % de la production d'abricot va vers la transformation. Son importance fluctue en fonction du niveau des récoltes.

REPARTITION DE LA PRODUCTION NATIONALE SELON SA DESTINATION



Source : Agreste - Statistique Agricole Annuelle ; milliers de tonnes

L'industrie peut valoriser des qualités qui ne trouveraient pas nécessairement de marché sur le frais comme dans le cas de la purée et de la pulpe. Sur le créneau de la confiture, les exigences des industriels sont plus précises (peu de défaut d'épiderme, petit calibre). Les variétés acides ou bicolores conviennent peu à sa fabrication. Les professionnels de l'industrie rappellent qu'il existe une demande d'abricot français pour la transformation.

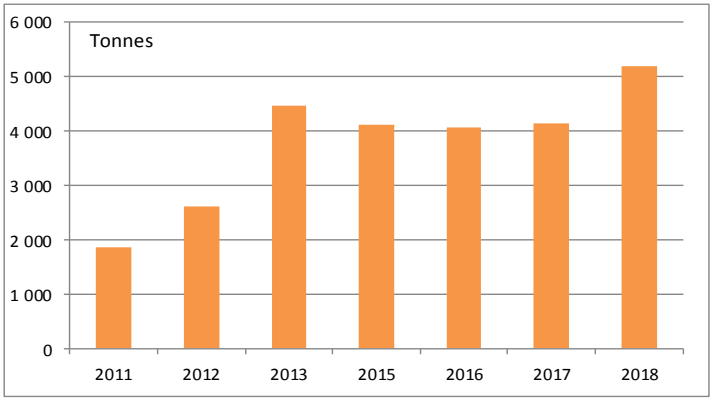
La distribution

Marché de gros de Rungis et la plateforme logistique de distribution St Charles

Les arrivages sur deux des plus importants marchés de France, Rungis et le marché international Saint-Charles, fournissent d'autres sources de données pour le suivi du marché de l'abricot.

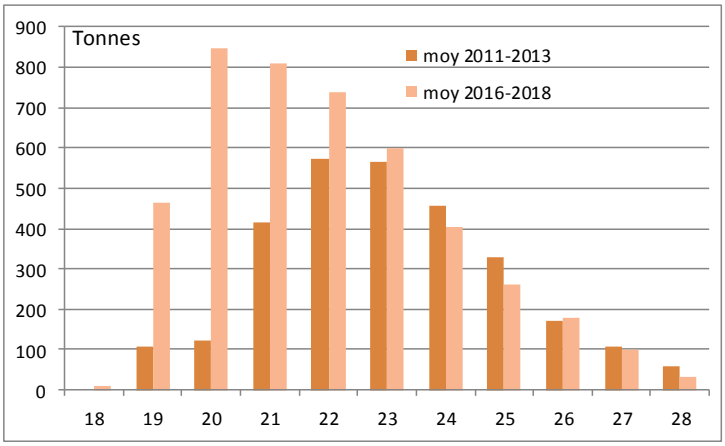
Le marché international St Charles situé à Perpignan constitue l'un des points de passage sur le territoire de l'abricot espagnol. En moyenne ces trois dernières années, 4 500 tonnes ont transité par St Charles. Selon les années, cela représente entre 25 % et 30 % des introductions nationales d'abricots espagnols. De 2013 à 2018, les arrivages ont doublé. L'analyse hebdomadaire semble indiquer que ses arrivées ont été de plus en plus précoces.

ARRIVAGE D'ABRICOTS ESPAGNOLS SUR SAINT-CHARLES INTERNATIONAL



Source : SNIFEL- INTERFEL ; en tonnes

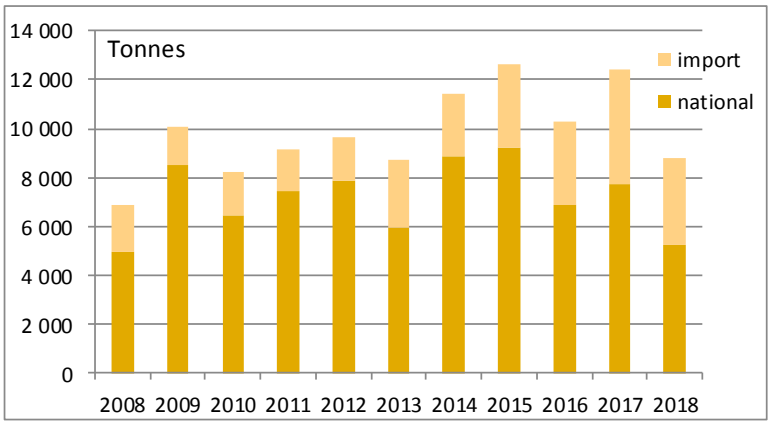
ARRIVAGE MENSUEL D'ABRICOTS SUR SAINT-CHARLES INTERNATIONAL



Source : SNIFEL- INTERFEL ; en tonnes

Sur Rungis, les volumes commercialisés ont progressé de 25 % (soit + 2 000 tonnes) entre 2008 et 2018. Cette progression découle directement des ventes d'abricot d'importation puisque les apports nationaux restaient en même temps assez stables. La part moyenne trisannuelle de l'importation sur ces 10 dernières années est passée d'un peu plus de 20 % à 37 % des volumes totaux commercialisés par ces grossistes.

TONNAGES D'ABRICOTS COMMERCIALISEES SUR LE MARCHE DE GROS DE RUNGIS



Source : SEMMARIS ; en tonnes

Consommation apparente France vs Italie, Espagne et Grèce

CONSOMMATION APPARENTE D'ABRICOT FRAIS SELON LES PAYS

	Production	Exportation	Importation	Transformation (*)	Disponibilité	Conso apparente kg / hab / an
Italie	240	30	25	90	145	2,4
Espagne	150	80	1,5	34	38	0,8
France	140	50	20	18	102	1,4
Grèce	90	17	0,3	63	10	1,0

(*) évaluation Ctifl pour l'Italie et la Grèce

Sources : Eurostat et Ctifl ; moyenne 2015-2017 en milliers de tonnes et en kg / hab / an

Ce tableau présente les potentiels de production et d'échanges des quatre principales places de marché de l'abricot en Europe. Ces éléments de marché permettent le calcul des quantités disponibles pour l'approvisionnement en frais et transformé de chacun des pays. La colonne des disponibilités est le résultat d'une soustraction entre la production et le solde des échanges ; déduction faite des volumes destinés à la transformation. Il est ensuite possible de calculer la consommation apparente de chacun des pays. Ce qui revient à diviser les quantités disponibles pour le marché du frais par les nombres d'habitants respectifs. L'Italie avec ces 2,4 kg consommés par habitant et par an et la France apparaissent comme les deux plus gros consommateurs devant l'Espagne et la Grèce. Ces deux derniers pays ont en effet une production plus orientée vers l'export, pour le premier et vers la transformation pour le second.

La consommation française

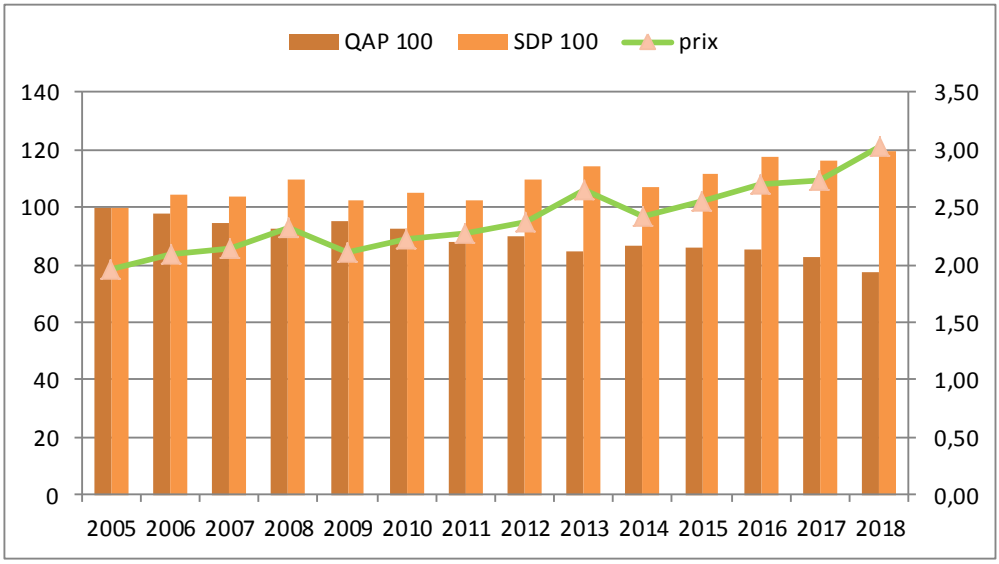
Kantar Worldpanel enregistre les achats de fruits et légumes frais pour une consommation à domicile de 12 000 ménages représentatifs de la population française. Ce panel renseigne ainsi les achats en quantité et en valeur pour une gamme de fruits et de légumes relativement large présentée sur les rayons en vrac ou préemballé. Le suivi des nombres de ménages acheteurs, des quantités achetées par acte et de la fréquence des achats expliquent plus finement l'évolution des quantités achetées. Ce panel fournit également une information sur les lieux d'achat des ménages.

L'observation sur une longue période (2005 – 2017) ainsi que le traitement des données en moyenne triennale doivent contribuer à dégager des tendances en dépit de fluctuations parfois importantes et répétées pour un fruit comme l'abricot. Les évolutions apparaissent ainsi plus fiables.

Les achats d'abricots

Sur une longue période, les achats des ménages de F&L en général et de fruits spécifiquement stagnent voire régressent (environ – 4 % chacun). Le tableau est plus sombre pour les fruits métropolitains qui accusent une baisse de 15 % depuis 2005[12]. La hausse régulière des prix, permet néanmoins de tirer le marché vers haut, puisque les sommes dépensées progressent entre 15 et 20 % (respectivement pour les regroupements fruits métropolitains et F&L).

ACHAT DES MENAGES DE FRUITS METROPOLITAINS

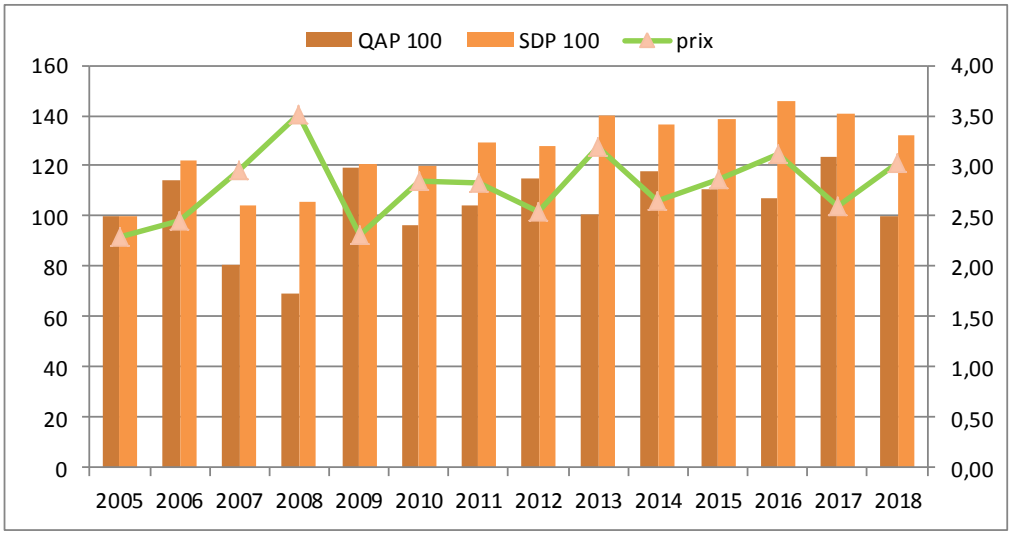


Source : Kantar Worldpanel ; Indice de QAP 100 base 100 = 2005-07 et €/ kg
QA 100 et SD 100 : quantités / sommes dépensées pour 100 ménages

[12] La croissance continue de la population française minore quelque peu la tendance baissière constatée pour 100 ménages. Ainsi, les achats de F&L pour l'ensemble de la population progressent de 5 % tandis que la baisse pour l'ensemble fruits métropolitain se limite à –8 %.

Dans ce contexte, l'abricot jouit d'un sort bien plus enviable. Les achats des ménages durant la même période progressent ou se maintiennent (+ 30 % en valeur).

ACHATS DES MENAGES D'ABRICOTS



Source : Kantar Worldpanel ; Indice base 100 = 2005 et €/ kg
QA 100 et SD 100 : quantités / sommes dépensées pour 100 ménages

L'augmentation du prix de l'abricot (+15 %) amplifie la hausse observée des quantités achetées. Le prix moyen évalué à 2,90 €/ kg a gagné environ 35 centimes d'euro depuis 2005. Cette revalorisation tarifaire demeure cependant inférieure à ce que l'on observe par ailleurs. En effet, les prix moyens de l'ensemble des F&L et des fruits métropolitains ont augmenté respectivement de + 25 à +35 %.

L'abricot dans l'assortiment

L'abricot arrive au 7ème rang des fruits métropolitains achetés par les ménages, en valeur comme en volume. Ce positionnement paraît assez stable dans le temps. L'abricot se place ainsi derrière les poids lourds des fruits métropolitains tels que pomme, pêche et nectarine, poire, raisin, kiwi et fraise mais devant d'autres comme la prune, la cerise et autres petits fruits. Sa contribution sur le rayon s'évalue à un peu moins de 2 % des sommes dépensées de F&L et un peu plus de 3 % de l'ensemble fruits[13]. De même sur le rayon, l'abricot pèse un peu plus de 20 % des fruits à noyau achetés. La pêche et nectarine en représente plus de la moitié (54 % des achats en valeur) tandis que la prune et la cerise (un peu plus de 10 % chacune) complètent la gamme.

[13] L'abricot représente 3,2 % du panier moyen de fruits frais acheté par les ménages sur une année (moyenne 2016-2018). Cependant, cette part atteint 8 à 14 % entre les mois de juin à août, dans le cœur de la campagne de commercialisation de l'abricot.

Le prix moyen de l'abricot à 2,90 €/ kg, est un peu supérieur au prix de l'ensemble des fruits métropolitains, de l'ordre de + 10 centimes d'euros. L'abricot s'avère en moyenne plus cher que la pomme, la poire ou la pêche, moins en revanche que l'ensemble des fruits rouges (fraise, cerise[14] et petits fruits rouges) mais aussi du kiwi, de la prune et du raisin.

Le comportement d'achat des ménages

Les quantités achetées par les ménages dépendent à la fois de l'évolution du nombre de ménages acheteurs et du niveau moyen d'achat des ménages (ou quantité moyenne achetée par ménage acheteur). La comparaison de ces indicateurs en moyenne trisannuelle rend compte d'une situation logiquement plus en faveur de l'abricot que de l'ensemble des fruits métropolitains.

Ainsi, la taille de la clientèle qui achète de l'abricot augmente. Elle progresse de plus de 3 points en moyenne (soit + 6 % sur la période). Cette tendance contraste dans un environnement stable (F&L et fruits), voire pour certains fruits de perte de clients comme dans le cas de la cerise. En définitive, près de 2 ménages sur 3 achètent de l'abricot (63 %) ; c'est nettement mieux que la cerise (31 %) mais moins bien que l'ensemble pêche et nectarine (proche de 80 %).

Parallèlement, les quantités achetées par ménage acheteur augmentent de + 7 % sur l'abricot contre – 16 % pour les fruits métropolitains, durant la même période. Cette progression s'explique essentiellement par une hausse du nombre d'actes d'achat (+ 10 % vs –7 % ensemble fruits métropolitains). Les clients reviennent ainsi plus fréquemment acheter de l'abricot. Dans le même temps, les quantités achetées par acte d'achat ne diminuent que très légèrement. D'après Kantar, les ménages achètent plus de 4 fois par an de l'abricot pour une quantité moyenne annuelle par ménage acheteur de 3,6 kg. Rapporté au nombre de ménages totaux, la consommation d'abricot selon ce panel s'établit à 2,3 kg.

ACHATS DE FRUITS DES MENAGES

	évo moy 05-07/ 16-18			moyenne 2016 - 2018		
	SDP	QAP	prix	NAP	NMA	prix
FRUITS METROPOLITAINS	15%	-16%	37%	97	39,30	2,82
ABRICOT	**28%**	**12%**	**14%**	**63**	**3,62**	**2,91**
A. UVC	172%	135%	19%	27	2,31	2,60
A. VRAC	9%	-6%	15%	56	2,96	3,03
CERISE	9%	-23%	40%	31	2,00	5,95
PECHE-NECTARINE	12%	-9%	23%	79	8,06	2,61

QAP : quantités pour 100 ménages ; SDP : sommes dépensées ; NAP : nombre de ménages acheteurs en %; NMA : niveau moyen d'achat en kg/ ménage acheteur ; prix en €/ kg

Source : Kantar Worldpanel

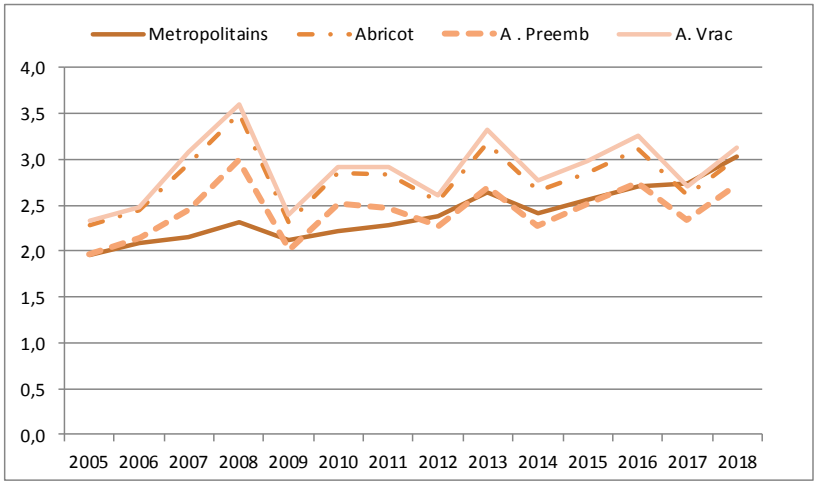
[14] La hausse de prix de l'abricot apparaît assez contenue puisqu'inférieure à celle calculée pour l'ensemble du rayon F&L. Ce qui signifie que les prix moyens d'autres références de la gamme ont bien progressé. Il en va ainsi par exemple du prix moyen de la cerise qui s'est renchéri de plus de 1,50 €/ kg depuis 2005.

L'abricot préemballé

Les achats des ménages évoluent un peu différemment selon le conditionnement ou la présentation sur les étals de l'abricot : vrac ou préemballé (barquette ou panier principalement). La hausse des achats d'abricot découle directement de l'augmentation des achats préemballés. Les quantités sur le vrac baissent légèrement et au mieux stagnent. Cette évolution favorable au préemballé se retrouve auprès de tous les indicateurs d'achats. La taille de la clientèle demeure deux fois moins élevée que pour le vrac. Néanmoins, elle double sur la période et désormais flirte avec les 30 %. Ces meilleures performances se retrouvent aussi au niveau de la fréquence des achats et des quantités achetées par acte. Cette fréquence reste ainsi deux fois plus élevée pour le vrac que pour le préemballé. La progression du nombre d'actes par an, cependant concerne le préemballé plus que le vrac. La relative stabilité des quantités par acte d'achat d'abricot résulte directement d'une hausse du format préemballé et d'une baisse du vrac. Les présentations déjà conditionnées, sous emballage individuel, conduisent à des achats plus volumineux. Ainsi, les quantités achetées en préemballé sont en moyenne de 1,2 kg par acte au lieu de 750 g pour le vrac.

D'autre part, le préemballé participe à un renchérissement moindre du prix moyen de l'abricot. Egal à 2,60 €/ kg, ce niveau de prix du préemballé s'avère assez proche de celui de la pêche et nectarine. Le différentiel avec le prix du vrac est en moyenne de 40 centimes d'€/ kg moins cher. Les références de type barquettes de 1 kg ou mini - caissettes de 2 kg contribuent vraisemblablement à ce positionnement prix plus attractif du préemballé, vis-à-vis du vrac.

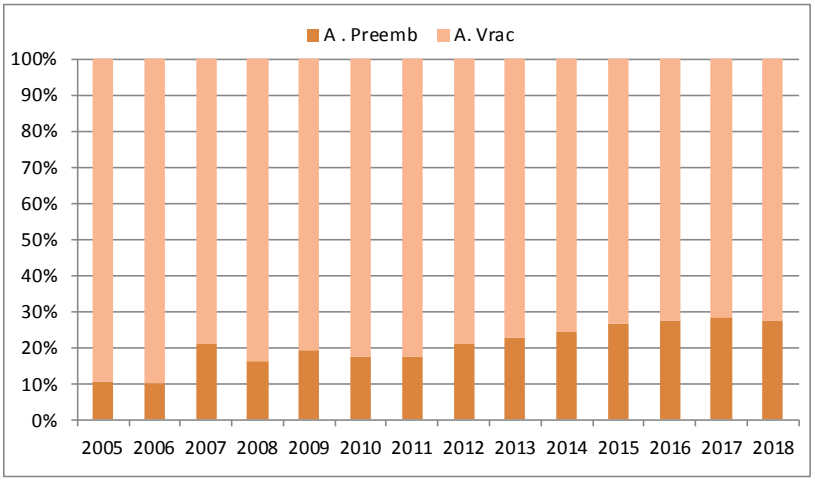
PRIX MOYENS D'ACHAT D'ABRICOT VS FRUITS METROPOLITAINS



Source : Kantar Worldpanel ; €/ kg

Compte tenu de ces évolutions, la part du préemballé dans les achats des ménages progresse. Elle a plus que doublé depuis 2005 et s'établit à près de 30 % (précisément 28 % contre 13 % au mitant des années 2000).

IMPORTANCE DU PREMBALLAGE D'ABRICOT

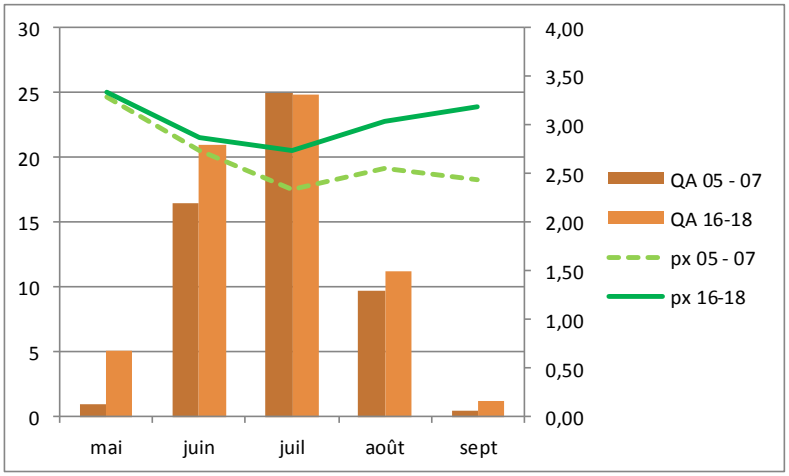


Source : Kantar Worldpanel ; % de quantités achetées

La saisonnalité de l'abricot

Les achats des ménages dépendent directement de la disponibilité de l'offre pour chaque campagne. Le calendrier de début et fin de campagne fluctue selon les conditions climatiques. Sur plus de 10 ans néanmoins, on constate que la totalité ou presque des achats des ménages se concentrent sur 5 mois de l'année, soit de mai à septembre. De plus, la progression des achats annuels, observée dans les précédents paragraphes, se retrouve sur chacun ou presque des mois de la campagne. Cette hausse concerne néanmoins un peu plus les mois précoces que sont mai et juin. Ces deux premiers mois représentent environ 40 % des achats au lieu d'un tiers au milieu des années 2000.

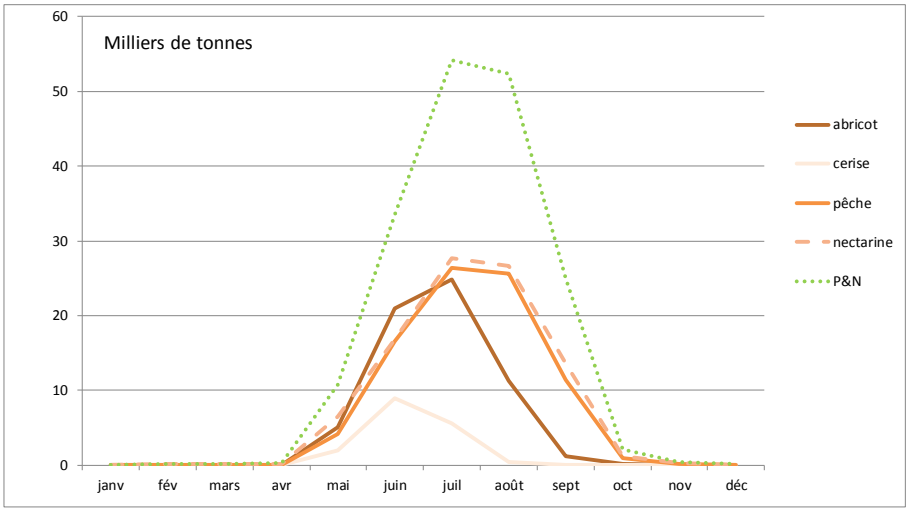
CALENDRIER MENSUEL DES ACHATS D'ABRICOT DES MENAGES



Source : Kantar Worldpanel ; QA en milliers de tonnes et prix en €/ kg

La courbe des prix suit l'évolution de l'offre. La précocité rémunère toujours mieux, tandis que le point bas de la campagne correspond au mois (juillet) où se produit le pic de production. La remontée des prix durant la deuxième moitié de campagne dépend de la disponibilité de l'offre et de l'appétence des consommateurs pour ce fruit d'été.

CALENDRIER DES ACHATS DES MENAGES DE FRUITS D'ÉTÉ



Source : Kantar Worldpanel ; quantités en milliers de tonnes, moyennes 2016-2018

La comparaison avec les calendriers de la cerise et de la pêche et nectarine permet de rappeler les caractéristiques suivantes :

- le calendrier de l'abricot vient se caler entre ceux de la cerise et de la pêche ; il apparaît plus étroit que celui de la pêche mais plus large que celui de la cerise ;
- le calendrier de la cerise est plus précoce tandis que celui de la pêche est plus tardif ;
- les pics d'achats (plus de 60 % des achats) ont lieu sur les mois de juin et juillet pour l'abricot comme pour la cerise tandis que pour la pêche ce sont juillet et août ;

La distinction entre pêche d'une part et nectarine d'autre part met en évidence des quantités achetées un peu supérieures (en raison principalement d'une saisonnalité plus élargie) à l'abricot. L'écart apparaît nettement moins important que celui résultant de la comparaison avec le regroupement pêche et nectarine. De même, la différence des taux de pénétration entre ces fruits et l'abricot se révèle assez limitée.

TAUX DE PENETRATION DES FRUITS D'ÉTÉ

Pêche et nectarine	79%
Pêche	63%
Nectarine	63%
Abricot	62%
Cerise	32%

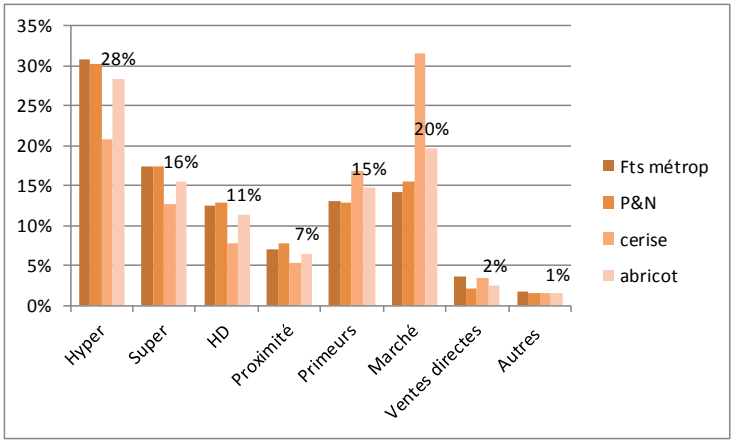
Taux de pénétration = le % d'acheteur pour 100 ménages
Source : Kantar Worldpanel ; moyennes 2016-2018

Les achats par circuits

La part de la grande distribution est moins importante sur l'abricot (62 % des quantités achetées) que sur l'ensemble du rayon F&L ou seulement sur la gamme fruits métropolitains (respectivement 70 % et 66 % des achats en volume). Les circuits traditionnels semblent ainsi mieux valoriser leur savoir-faire sur des produits saisonniers, habituellement plus fragiles, que

sur les basiques du rayon (agrumes, banane, etc.). La comparaison avec les fruits métropolitains met en évidence une contribution des marchés et des primeurs plus importante au détriment principalement des hypers et supermarchés.

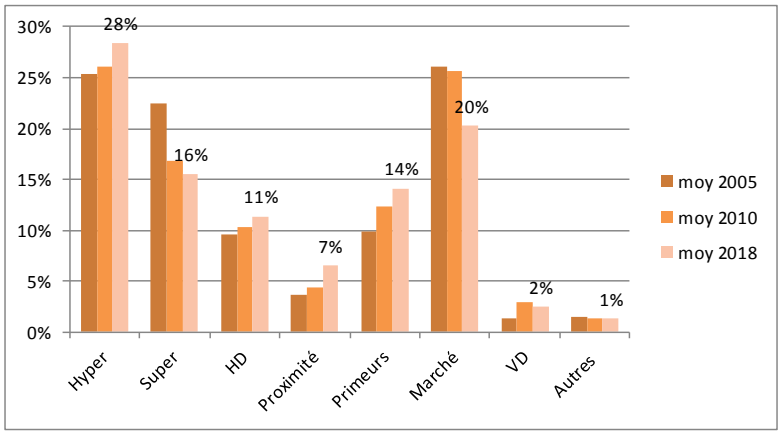
ACHATS DES MENAGES SELON LES CIRCUITS



Source : Ctifl - Kantar Worldpanel ; en % des quantités achetées moyenne 2016-2018

Depuis 2005, la hausse des achats d'abricots des ménages a profité à certains circuits plus que d'autres. Parmi les gagnants, on trouve principalement les hypermarchés et les hard-discounters, ainsi que les primeurs pour les circuits traditionnels. Les achats durant la même période ont baissé auprès des supers et des marchés. Ces évolutions différenciées se retrouvent directement en termes de part de marché. La contribution des marchés et des supermarchés a ainsi baissé de plus de 5 points ces 15 dernières années. La répartition entre circuits généralistes et traditionnels bouge peu, en revanche, puisqu'elle s'établit sur un ratio de type 60/40 en faveur des premiers[15].

PARTS DE MARCHES SELON LES CIRCUITS DEPUIS 2005



Source : Ctifl - Kantar Worldpanel ; en % des quantités achetées

[15] La part de marché des circuits traditionnels en abricot s'établit de façon précise à 38 % des achats des ménages (en volume) ; en comparaison elle est évaluée à 33 % en pêche et nectarine et 50 % en cerise.

Les tendances observées pour l'ensemble du rayon F&L sur une longue période (2005 – 2018) diffèrent peu du constat fait pour l'abricot, à savoir une hausse des parts de marchés des hypers, hard-discounters et primeurs et baisse de celles principalement des marchés et supermarchés. A noter que le gain des primeurs provient en grande partie de l'essor des grandes surfaces de produits frais. La réduction des supermarchés découle en partie de la reconfiguration des circuits par Kantar. En effet, la dénomination des points de vente de proximité, regroupe les supérettes et certains supermarchés. Par ailleurs, l'agrandissement de certains supers peut les faire passer dans la catégorie des hypermarchés.

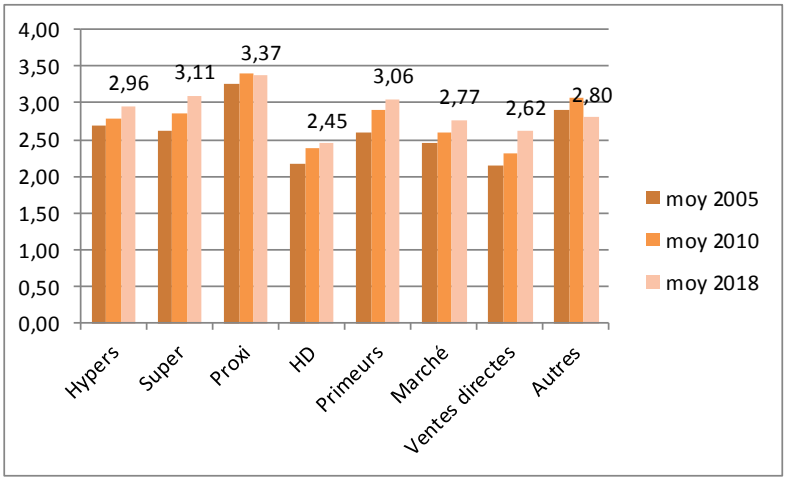
Evolution des circuits de 2014 à 2018

Le suivi de l'activité des circuits sur une plus courte période (2014-2018) souligne un retournement de tendance au niveau principalement des circuits généralistes. En l'occurrence, on observe une baisse des achats en hypermarchés au profit des supermarchés mais aussi des autres points de vente généraliste. Ce changement semble révélateur de modifications du comportement d'achat des ménages face à des offres nouvelles (comme les ventes en ligne, les grandes surfaces frais spécialisées, les magasins alimentaires bio, etc.) et le regain d'intérêt des consommateurs pour des achats plus proches de chez eux. Le nombre d'hypermarchés n'augmente plus. Les enseignes diversifient leur offre commerciale, en multipliant les formats et en réinvestissant les magasins de proximité.

La contribution de l'abricot dans le chiffre d'affaires des circuits traditionnels est un peu plus élevée. Chez les primeurs et sur les marchés, l'abricot pèse jusqu'à 4 à 5 % des ventes de fruits (en valeur). Elle est en moyenne égale à 3 % auprès des points de vente de la grande distribution.

Le prix moyen des circuits traditionnels demeure un peu inférieur à celui des généralistes (2,87 € au lieu de 2,94 €/ kg). La hausse modérée des prix (35 centimes d'euros en moyenne depuis 2005) se retrouve dans l'un ou l'autre des circuits. L'écart de prix depuis 2005 semble de réduire en tendance. Primeurs, d'une part et supermarchés d'autre part sont les circuits qui ont le plus renchéri leur prix (proche de + 50 c/ kg chacun).

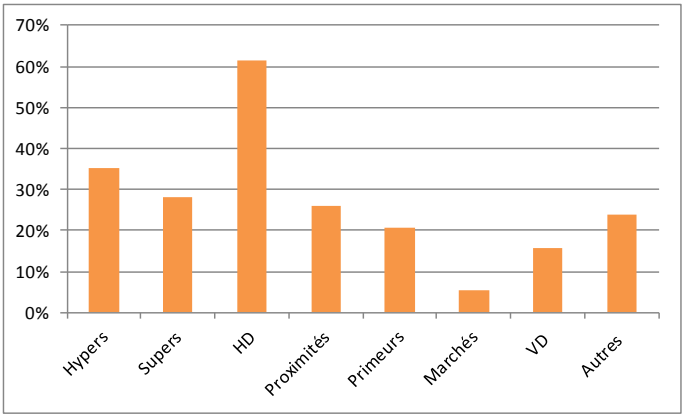
PRIX MOYEN DE L'ABRICOT SELON LES CIRCUITS



Source : Kantar Worldpanel ; en € / kg

L'importance du préemballé varie selon les points de vente. C'est une présentation plus usitée par le circuit généraliste. Les hard-discounters en sont les plus friands. Barquettes et paniers individuels constituent un peu plus de 60 % des achats totaux de ces magasins. Ailleurs, cette part est nettement moins élevée. Tous points de vente traditionnels confondus, elle ne dépasse pas 15 % des achats d'abricot. Au final, la grande distribution regroupe plus de 80 % des achats d'abricots préemballés.

PART DU PREEMBALLE D'ABRICOT SELON LES CIRCUITS



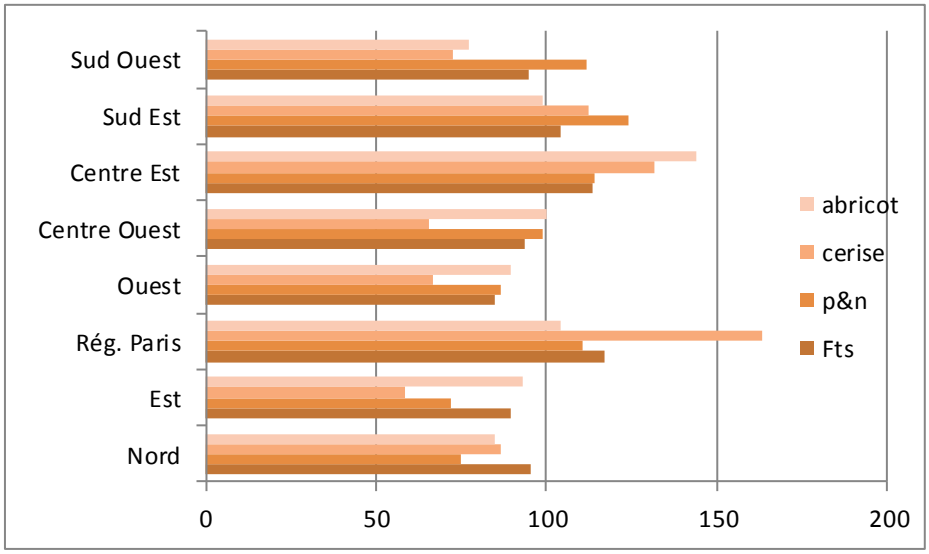
Source : Kantar Worldpanel ; en % des quantités achetées

Les acheteurs d'abricots selon les régions

Les achats des ménages varient sensiblement d'une région à l'autre. Diverses raisons peuvent expliquer de telles différences, d'ordre économique (pouvoir d'achat), commercial (circuit) et culturel (tradition culinaire). Les régions du Sud et du Centre Est (régions Rhône-Alpes, Bourgogne et Franche-Comté) de la France, sont traditionnellement de plus gros acheteurs de fruits. Leur proximité avec les zones de production n'y est sans doute pas étrangère. Les ménages de la région parisienne apparaissent aussi généralement comme sur-acheteurs du fait d'un pouvoir d'achat plus élevé. A l'opposé, les régions Est, Nord et Ouest sous achètent les F&L en général, les fruits et les abricots en particulier.

Les trois régions où les ménages achètent plus que la moyenne nationale sont le Centre Est, le Centre Ouest et la région parisienne. Les ménages sur-achètent l'abricot en vrac en région parisienne tandis que ceux de l'Est privilégient le préemballé. La forte présence des marchés dans l'une et de la grande distribution dans l'autre peuvent expliquer ces constats.

ACHAT D'ABRICOTS DES MENAGES SELON LES REGIONS



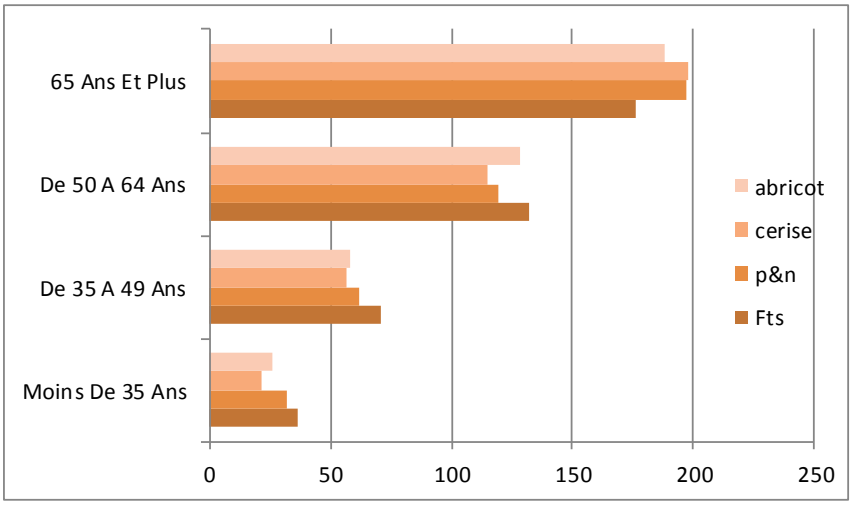
Source : Kantar Worldpanel ; Indice QAP100 = moyenne France 2016 -2018

Le profil des acheteurs d'abricots

Outre la région, plusieurs critères sociodémographiques, tels que l'âge, le revenu et le cycle de vie du foyer apportent un éclairage sur le profil des acheteurs d'abricots.

Parmi ces critères, l'âge et le revenu sont les critères les plus discriminants. La clientèle de prédilection de l'abricot plus encore que pour celles des F&L appartient aux classes d'âges et de revenu les plus élevées. Les sur-acheteurs d'abricot ont plus de 50 ans tandis que leurs cadets en achètent deux fois moins. Les écarts d'achat apparaissent plus élevés sur l'abricot que pour l'ensemble fruits. Comparativement à d'autres espèces, l'abricot se positionne entre la cerise et la pêche et nectarine.

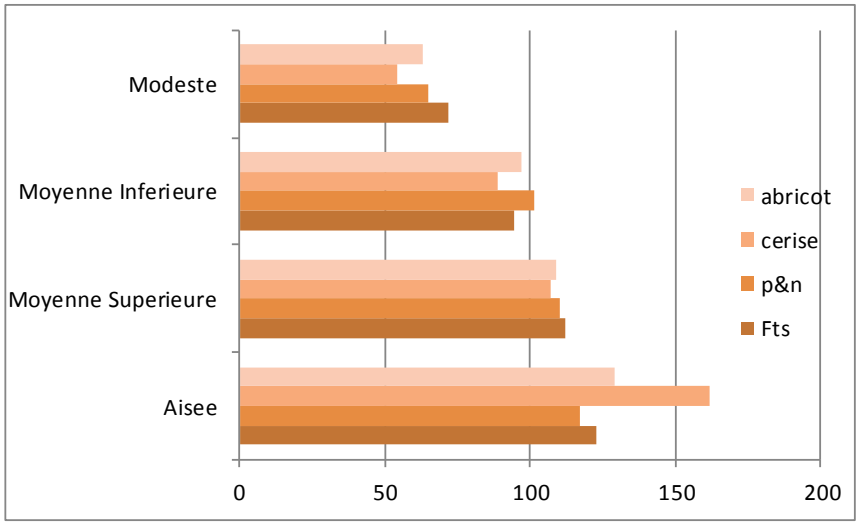
ACHAT D'ABRICOTS SELON L'AGE DES MENAGES



Source : Kantar Worldpanel ; Indice QAP100 = moyenne France 2016 -2018

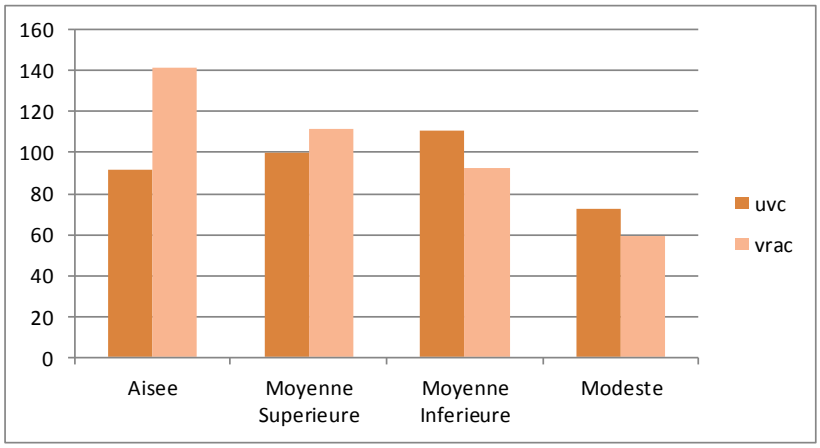
Quel que soit le fruit considéré, les quantités achetées augmentent avec le revenu. L'écart d'achat entre les classes aisées et modestes n'apparaît pas aussi important que celui existant pour la cerise mais nettement plus que pour le reste du rayon. Le prix moyen de l'abricot n'équivaut pas celui de la cerise, ce qui le rend moins élitiste. De plus selon le conditionnement, on peut observer que les écarts d'achats sont nettement plus limités sur le préemballé que sur le vrac. Ce moindre écart entre les ménages aisés et modestes dépend du prix de vente qui s'avère en moyenne plus attractif sur le préemballé que sur le vrac.

ACHAT D'ABRICOTS SELON LE REVENU DES MENAGES



Source : Kantar Worldpanel ; Indice QAP100 = moyenne France 2016 -2018

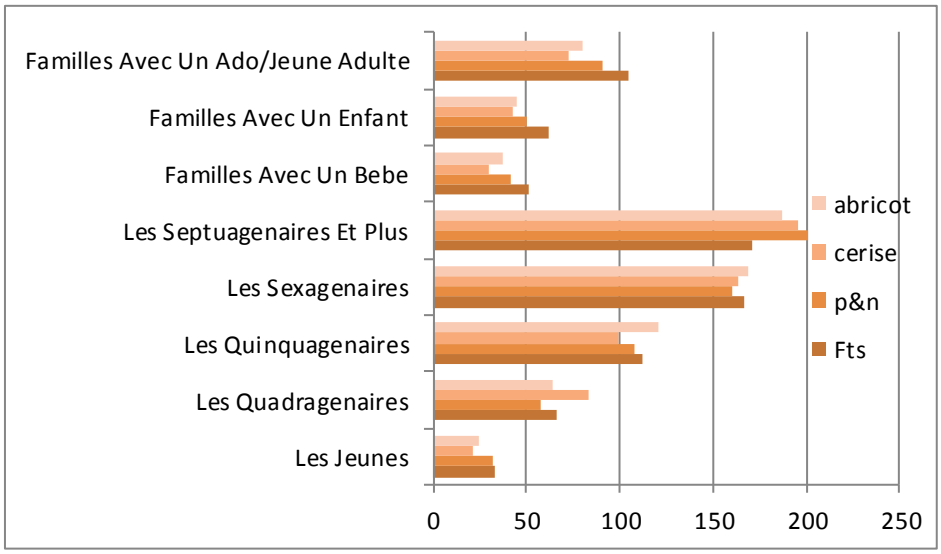
ACHAT D'ABRICOTS SELON LE REVENU DES MENAGES ET LE CONDITIONNEMENT



Source : Kantar Worldpanel ; Indice QAP100 = moyenne France 2016 -2018

Le profil selon le cycle de vie rappelle celui qui se dégage à partir des classes d'âges. Les sur-acheteurs d'abricots se comptent parmi les plus de 50 ans. Il en va ainsi pour l'ensemble des F&L comme de la pêche. En revanche, tous les formats de familles sous achètent de l'abricot et plus encore que pour l'ensemble F&L ou seulement fruits.

ACHAT D'ABRICOTS SELON LE CYCLE DE VIE DES MENAGES



Source : Kantar Worldpanel ; Indice QAP100 = moyenne France 2016 -2018

Enquête Filière

Enquête auprès des producteurs et metteurs en marché d'abricot

Dans le cadre de la demande d'étude de la Sipmm[16], une trentaine de producteurs, de metteurs en marché et de techniciens de développement ont été interrogés. Ces entretiens, conduits en face-à face, avaient pour objet de faire remonter l'appréciation et les attentes principalement en termes d'offre variétale et de qualité de fruits de ces opérateurs. Quelques obtenteurs ont également été rencontrés afin d'inventorier les questions d'évolution variétales.

Les bassins de production

Rhône-Alpes et les Pyrénées Orientales se distinguent par un passé plus ancien que sur les territoires des Costières ou de la Crau. Plusieurs fois dans le courant des discussions, les professionnels ont rappelé que traditionnellement « chaque région disposait de sa variété locale ». Le Rouge du Roussillon constitue ainsi la variété locale qui a fait la notoriété des Pyrénées-Orientales ; un verger située principalement dans la zone arboricole de la vallée de la Têt ainsi qu'en bordure du littoral. Son positionnement géographique par rapport aux autres bassins de production lui ont permis de tirer parti de sa plus grande précocité.

La diversité des terroirs semble plus importante en Rhône-Alpes qu'ailleurs. La plus forte concentration de cette production se localise dans la Drôme ; un département qui détient des zones historiques de production comprenant aussi bien le plateau de Larnage, du côté de Tain de l'Hermitage et fief du Bergeron, qu'une zone plus méridionale, des Baronnies et du Nyonsais où l'Orangé de Provence garde encore une certaine place.

Les productions fruitières des Costières et de la Crau sont beaucoup plus récentes. Les Costières se sont substituées aux implantations plus traditionnelles du Gard. Elles se composent généralement de plus grandes exploitations arboricoles qui se sont diversifiées en abricot à la suite de la crise de la pêche et nectarine.

Conjoncture

Les professionnels dans leur ensemble se plaignent d'une succession de mauvaises années. Les raisons sont multiples. Ce peut–être, le gel qui sanctionne les vergers de variétés telles que Bergeron (comme en 2016 sur la Drôme), ou de vergers précoces à l'instar de 2018. En 2017 au contraire, des températures anormalement chaudes au printemps avaient eu pour conséquence d'accélérer la maturité des variétés précoces et conduit à un télescopage des variétés et des régions. Enfin la pluie n'est pas en reste. Comme au printemps 2018, associée dans certaines zones à du vent et de la grêle, elle peut pénaliser les volumes et la qualité des récoltes, notamment en augmentant les écarts et les lots déclassés.

Ces aléas ne concernent donc pas forcément et avec la même intensité toutes les régions. En outre, la présence de plus en plus pressante de la concurrence espagnole pèse sur les cours de

[16] Structure Interprofessionnelle de Première Mise en Marché

marché. Certains opérateurs relèvent ainsi que même en situation d'offre déficitaire, les prix de marché sont restés à des niveaux plutôt bas.

La concurrence espagnole et italienne

La production espagnole traditionnelle résultait d'un mélange de variétés précoces et de variétés à double fin et à partir de vergers conduits généralement sur des petites surfaces, de 1 à 2 ha, par des producteurs de taille modeste regroupés en coopérative. Avec la crise de la pêche et l'arrivée de nouvelles variétés, l'Espagne s'est tournée vers l'abricot. Des investisseurs hors milieu agricole, incités par une fiscalité accommodante, ont ainsi implanté des vergers d'une centaine, et plus, d'hectares pour des productions destinées aux marchés export. Les plantations se sont donc faites à partir des nouvelles variétés, principalement précoces dans la région de Murcie ou plutôt tardives comme à Lérida. Plusieurs opérateurs interrogés évoquent un modèle espagnol intensif de production : variétés autofertiles, haute densité, irrigation et du personnel technique compétent.

D'après les professionnels, les avantages de l'Espagne sont multiples. Le principal est le coût horaire nettement moins élevé qu'en France. En outre, les vergers espagnols profitent d'une plus grande disponibilité de la main d'œuvre. L'importance de l'engagement (rénovation variétale et surface de verger) explique que plusieurs interviewés comparent l'Espagne à un « rouleau compresseur ». Des densités et des surfaces de plantation plus élevées conduisent à des économies d'échelle. Les producteurs espagnols pourraient ainsi bénéficier d'un prix des plants moins élevé à l'achat. De plus, le climat plus sec et ensoleillé leur confère précocité et moindre pression des maladies (en particulier du monilia sur fruits) et ravageurs. Quelques professionnels signalent que ces concurrents profiteraient aussi d'une autorisation plus large en produits phytosanitaires, ainsi que d'un contrôle des autorités espagnoles plus laxiste. En sus des avantages en verger, des répondants pointent le très bon équipement des stations espagnoles en outils de conditionnement et de stockage. Le secteur de la transformation espagnole serait enfin très proactif pour valoriser tous les écarts de tri en abricot comme en pêche.

L'Espagne constitue de loin le 1er compétiteur des producteurs français sur le marché européen avec des variétés identiques. Cette concurrence se fait également plus pressante sur le marché national. Depuis deux ou trois ans, les opérateurs français se plaignent que sa présence pèse de plus en plus sur les cours.

L'Italie occupe une position à part. La production nationale dessert prioritairement son marché intérieur. Le renouvellement des variétés plantées a eu pour conséquence de réduire ses importations d'abricot français et de développer ses ventes à l'étranger. L'Italie, d'après quelques producteurs, concurrence ainsi les opérateurs français sur certains marchés européens comme l'Allemagne. Plus largement, l'importance ces dernières années des plantations italiennes font redouter à certains un encombrement accru du marché européen.

Les obtenteurs pour leur part observent une dynamique commerciale, une appétence aux nouveautés variétales plus forte en Espagne ou même en Italie qu'en France. Ces derniers regrettent une relative atonie des producteurs français.

L'amont de la filière française signale aussi quelques points faibles de l'offre espagnole :

- la recherche de gain de productivité conduit à une simplification des étapes d'éclaircissage, de récolte qui débouchent sur un ramassage de fruits « trop verts » et de petits calibres ;
- l'éloignement des marchés destinataires les contraint au transport de fruits très fermes ;

- la plus grande difficulté d'occuper les créneaux tardifs en raison de la chaleur à ces périodes ;
- le coût d'implantation et d'usage désormais très cher en Espagne (droit d'eau, achat de foncier ;
- les investissements étrangers et les aides d'états qui diminueraient.

Vergers

Le profil des producteurs

L'abricot a longtemps constitué une culture d'appoint. Cette production venait en complément, assez souvent, de la viticulture ou de culture maraîchère, oléicole, fruitière (pêche), ou plantes à parfum (lavandin), etc. Elle s'insérait dans un calendrier de travaux et procurait un revenu additionnel. Les variétés étaient bien adaptées à leurs terroirs et à des pratiques agricoles de faible intensité. De fait certains répondants évoquent ainsi une production traditionnelle avec peu d'intervention et qui au final était peu onéreuse en termes de coût de production.

Le besoin de diversification des producteurs (crise de l'offre, problème sanitaire) et l'arrivée de nouvelles variétés ont élargi à la fois les zones de production et les modes de production. Aux producteurs historiques s'en sont ajoutés de nouveaux avec des profils techniques et des ambitions commerciales différents.

L'élargissement du calendrier de production et le recours aux variétés les plus récentes ont contribué à une spécialisation des producteurs d'abricot. La conduite en gobelet avec irrigation demeure majoritaire mais une intensification des vergers est en cours. Les vergers sont palissés avec des densités plus élevées. Ils se couvrent de filets paragrêles dans certaines régions plus exposées aux intempéries. D'autres pour s'en protéger s'équipent de canons anti-grêles. La mécanisation constitue une voie de réduction des coûts de production qui intéresse les producteurs. La mise en pratique notamment pour certaines tâches comme la taille semble encore assez inégale et dépendante des modes de conduite (en palmette ou gobelet érigé). L'usage de la barre de coupe pour des vergers piétons ou semi-piétons ne semble pas au travers de notre enquête très courante. Selon un technicien, elle relèverait plutôt d'exploitations très performantes. La conduite des vergers apparaît pour certains répondants, plus technique qu'autrefois. Les nouvelles variétés et les exigences de marché obligent les producteurs à plus de vigilance en termes de ferti-irrigation, de contrôle de la charge (taille et éclaircissage en particulier) et de gestion de la récolte (déclenchement, nombre de passages, etc.). Ces évolutions en verger débouchent sur un accroissement des rendements mais s'accompagnent aussi d'un renchérissement des coûts d'installation.

Le prix de revient moyen bord verger est de l'ordre de 0,80 €/ kg avec des fluctuations possibles en fonction des qualités et des fournisseurs. La main d'œuvre constitue le principal poste de charge, soit autour de 60 % des charges totales. Les principales interventions qui nécessitent du personnel sont la taille d'hiver, l'éclaircissage, la taille en vert et la récolte. Cette dernière représenterait entre 60 et 80 % du nombre d'heures total nécessaire par hectare. Le cumul peut varier entre un peu moins de 500 à 1 000 heures chaque année. L'impact des coûts de production sera très variable en fonction des rendements qui fluctuent grandement entre les variétés précoces et de saison, selon les secteurs plaine et montagne, les pratiques (irriguée ou pas), etc.

L'image de l'abricot dans la production fruitière

La production d'abricot est très fréquemment qualifiée de « compliquée ou de capricieuse. » C'est un constat assez largement partagé parmi les répondants de l'amont. Beaucoup font le parallèle avec celle de la pêche et nectarine. La diversité génétique est plus grande sur l'abricot qu'en pêche. Sa production est plus climato-dépendante et plus alternante. Les rendements affichés sont très variables (de 5 à 50 t/ ha) en fonction des variétés, des modes de conduites, des producteurs et des aléas naturels. Les variétés précoces dégagent par exemple une moindre production à l'hectare que les variétés de saison ; de même les vergers de coteaux non irrigués sont moins productifs.

Par ailleurs, la gestion de la cueille apparaît aussi bien plus complexe (identification du seuil de maturité, disponibilité et compétence de la main d'œuvre). Enfin des producteurs reprochent à ce fruit d'été d'être plus délicat à travailler au regard d'une fragilité de son épiderme et d'une sensibilité plus élevée aux intempéries (pluie, fortes chaleurs). Les aléas et les risques semblent donc plus nombreux qu'en pêche. Un technicien observe que la programmation des récoltes en fonction des calendriers variétaux fonctionne très bien en pêche et beaucoup moins en abricot.

En revanche, plusieurs producteurs apprécient la plus grande vigueur des abricotiers. Ils supportent ainsi mieux la mécanisation. La taille et l'éclaircissage peuvent être plus simples. Enfin, la couverture phytosanitaire est plus légère. L'abricotier tolère mieux la Sharka. Le chancre bactérien (Pseudomonas Sp.) s'exprime plus ou moins fortement en fonction des variétés. La greffe sur haute tige permet de limiter ce risque. La vigilance concernant l'ECA est indispensable puisqu'elle conduit à l'arrachage des arbres pour éviter sa dissémination. L'application d'insecticide permet cependant de limiter les risques en éliminant le vecteur de ce phytoplasme (le psylle). La principale difficulté évoquée par le plus grand nombre porte sur le contrôle du monilia, en particulier celui sur fleur. Cette maladie constitue le facteur limitant de l'offre bio.

Variétés

Les principales séquences de la sélection variétale

Le travail de sélection variétale a été plus tardif pour l'abricot que pour la pêche mais il emprunte le même schéma. Les premières améliorations ont porté sur la productivité et la régularité des récoltes. Les obtenteurs ont ainsi cherché à proposer des variétés productives à fruits plus gros, plus colorés.

Jusque dans les années 1980, la grande majorité des variétés européennes étaient autofertiles. Puis l'introduction de variétés autostériles s'est développée. Ces nouveautés « ont alors apporté un progrès indéniable en termes de qualité commerciale des fruits (grosseur, fermeté, couleur) et d'étalement du calendrier de mise en marché17. » Mais La pollinisation croisée est devenue de fait une contrainte nouvelle à prendre en compte dans les vergers. Et désormais les variétés autofertiles reviennent en force.

L'allongement du calendrier de production a constitué un axe de travail des sélectionneurs important après celui de la productivité. Le groupe des variétés tardives en est une illustration. La campagne désormais s'étale de mi-mai à début septembre alors qu'elle se cantonnait

[17] Monographie abricot, Ctifl, 2012

initialement entre fin juin et début juillet. D'autres axes de sélection ont cours qu'il s'agisse de standardisation en cherchant à réduire la diversité génétique (abandonner certaines caractéristiques qui pourraient être « déceptives », privilégier des séries variétales…) ou de diversification (variétés rouges ou blanches par exemple) et plus récemment de la recherche de variétés résistantes aux bios agresseurs.

Ces évolutions positives se sont accompagnées cependant aussi de certaines contreparties moins favorables. La sélection, dans les années 1960-1970, des clones les plus productifs parmi les variétés anciennes a concentré les récoltes sur des périodes plus courtes. Les professionnels ont dû faire face à des encombrements de marché et donc des difficultés de commercialisation ; une dérive qui a renforcé l'intérêt d'étendre les calendriers de production. Cet allongement a participé aussi à réduire les différences de saisonnalité et donc de complémentarité régionale.

Pour certains experts, la diversification de la gamme a conduit dans les années 1990 à « relancer » la production d'abricot. De nouvelles variétés sont venues s'ajouter ou remplacer des variétés traditionnelles, en nombre plus ou moins important selon leur créneau de production. Ce besoin de renouvellement s'est souvent exprimé dans nos entretiens au travers de l'exemple du Bergeron. La mise sur le marché du groupe des variétés tardives a constitué de l'avis de nombreux répondants une solution de complément si ce n'est de remplacement.

Les attentes des producteurs vis-à-vis de la sélection variétale

Les producteurs attendent des nouvelles variétés une amélioration des rendements, de la qualité commerciale et plus de régularité de production. Ce peut être aussi la possibilité d'un allongement de la campagne par le choix de variétés précoces ou tardives. Certains ont exprimé leur intention de prioriser des variétés plus gustatives. L'un d'entre eux précise d'ailleurs rechercher une qualité de fruits qui ne soit « pas trop acides, plutôt fermes mais qui sachent mûrir ». Les autres éléments de choix évoqués concernent le calibre (minimum 2 A[18]), la qualité visuelle (couleur orange blushée notamment), la résistance aux meurtrissures et aux brunissements des fruits ainsi qu'aux bio-agresseurs, etc.

Le renouvellement variétal constitue toujours un enjeu d'importance pour les producteurs. Les résultats économiques à venir dépendent des choix effectués. Le caractère aléatoire de cette décision apparaît plus élevé encore pour les producteurs d'abricot. Ces derniers reconnaissent qu'ils se doivent de composer avec une gamme variétale pour leur assurer un étalement de leur récolte. Cette diversification variétale permet également de minimiser les risques liés à la sensibilité aux aléas naturels propre à chaque variété. En revanche, les déconvenues peuvent être coûteuses, s'ajoutant alors au report de renouvellement du verger, préjudiciable au niveau commercial. En abricot plus qu'en pêche, l'offre variétale repose sur une grande diversité génétique. L'expression du potentiel variétal va dépendre de sa bonne adéquation avec les conditions pédoclimatiques de son lieu d'implantation et des pratiques culturales mises en

[18] L'accord Interprofessionnel Abricot Calibrage et Marquage définit que « tous les abricots doivent respecter un calibre minimal 35 mm et une homogénéité de 5 mm d'écart dans l'emballage. La correspondance avec les dénominations de calibre courantes chez les professionnels est la suivante : calibre B de 35 à 40 mm ; A de 40 – 45 mm ; 2A de 45 – 50 mm ; 3A de 50 – 55 mm ; 4A de 55 – 60 mm.

œuvre. Cette diversité impliquerait aussi selon des experts une gestion du verger à la variété. Enfin, l'offre « pléthorique » de variétés complique aussi la tâche des stations comme des acheteurs de la distribution.

Au cours de notre enquête, les interviewés ont fait part à plusieurs reprises de leurs difficultés vis-à-vis des variétés. Elles sont multiples. Le foisonnement des variétés déconcerte et ne facilite pas les choix. Les opérateurs se plaignent notamment de phases d'essai trop courtes ou insuffisamment disséminées géographiquement qui leur permettraient de mieux apprécier les caractéristiques des nouveautés avant leur commercialisation. La course à l'innovation n'incite pas les obtenteurs d'un côté, à prolonger ces vérifications et les producteurs, de l'autre, à résister à un avantage concurrentiel en patientant plus longtemps. Dans tous les cas, elle est tirée par les opérateurs de la filière, de l'amont à l'aval, qui recherchent une amélioration de l'existant. Mais certains s'interrogent sur les options prises lors des sélections : « les améliorations d'aspect, de coloration n'ont-t-elles pas été privilégiées au détriment du goût » ? Plusieurs interviewés regrettent que le renouvellement se concrétise bien souvent par le remplacement de variétés gustatives souvent fragiles ou peu attractives par de nouvelles plus productives mais de qualité gustative moyenne.

Face à ce trop-plein de variétés, près de la moitié des opérateurs rencontrés appellent de leurs vœux à une réduction de leur nombre. Les reproches à l'égard des variétés sont nombreux mais très souvent, ils se concentrent autour de la qualité et notamment la qualité gustative. D'après un opérateur, par exemple, « la moitié des variétés n'est pas compatible avec la demande des consommateurs. » Dans ces conditions, un tri plus drastique des variétés leur semble opportun. Plusieurs reconnaissent cependant que sa mise en œuvre n'est pas simple à gérer au sein d'un collectif d'opérateurs. L'unanimité n'est jamais facile à atteindre, d'autant, comme le rappellent plusieurs interviewés, que la qualité des abricots ne repose pas exclusivement sur la variété. Certains cependant redoutent que la grande distribution impose ses vues au travers de ses « black-lists » ou listes de variétés interdites.

Tous les opérateurs reconnaissent les incertitudes liées au renouvellement. Une partie d'entre eux rappelle néanmoins que cette prise de risque fait partie intégrante du métier de producteur. Afin d'en limiter l'ampleur les producteurs s'informent au travers des réseaux d'expérimentation, des présentations des obtenteurs et pépiniéristes, des échanges entre pairs… Ce risque est diversement perçu en fonction de l'implantation et de l'historique de chacun des producteurs. Le développement des nouvelles variétés et leur renouvellement assez rapide imposent une implication plus grande des producteurs, voire une spécialisation. Le paiement des royalties renchérit les coûts de plantation et bouscule les habitudes de producteurs qui cultivaient jusque-là des variétés libres de droit. Quelques-uns insistent pour rappeler que le risque zéro n'existe pas. Ils militent en faveur de tests en condition réelle qui puissent apporter un complément aux résultats des obtenteurs/ éditeurs, « issus d'une dizaine d'arbres récoltés dans les meilleures conditions » sans que cela ne puisse les empêcher malgré tout de parfois « faire de mauvais choix ».

Si le trop grand nombre de variétés semble critiqué, dans le même temps, des producteurs se plaignent que certaines gammes soient incomplètes. Des fruits d'une même coloration ou d'une qualité gustative particulière ne peuvent être présentés tout au long de la campagne faute d'une offre présente sur tous les créneaux en termes de calendrier.

Variétés et groupes de variétés

Au cours de nos entretiens, de nombreux commentaires sur des variétés ou groupes de variétés ont été portés. Le consensus n'est pas systématique et de plus, les avis évoluent dans le temps

au regard des améliorations apportées par les nouveautés : la filière pouvait se satisfaire d'une variété à un moment donné compte tenue de l'absence d'alternative sur ce créneau et la critiquer aujourd'hui face à ses concurrentes.

La variété Bergeron constitue un point de tension non seulement entre les producteurs et leurs metteurs en marché mais aussi de friction entre opérateurs du nord et ceux du sud. Sa part dans la gamme nationale peut expliquer qu'elle cristallise autant de ressentiment. L'enjeu est important. Pour ses promoteurs, elle demeure une variété qui a toute sa place puisqu'elle s'avère à la fois productive et rustique et au final assez simple dans sa conduite. Ses fruits peuvent être colorés et de qualité gustative appréciée. Beaucoup en particulier, concèdent que l'abricot Bergeron fournit des fruits de qualité dans ses zones traditionnelles d'implantation (plateau de Larnage par exemple ou coteaux d'altitude). La qualité serait beaucoup moins satisfaisante pour des fruits provenant de vergers de plaine.

Pour ses détracteurs, cette variété ne répond plus au besoin du marché. Ils condamnent des pratiques qui conduisent à la vente de fruits trop petits en calibre, trop verts et conservés de façon excessive (1 à 1,5 mois). Selon eux, de tels fruits desservent le marché et ne peuvent intéresser que quelques clients export peu exigeants ; l'export, un créneau de plus en plus concurrencé par l'Espagne, voire l'Italie comme ils le rappellent. Enfin, nombre de producteurs, plutôt critiques, expliquent que le réchauffement climatique observé ces dernières campagnes convient de moins en moins à satisfaire les besoins en froid du Bergeron. Ils considèrent que l'introduction de variétés tardives qui rentrent en production après celle du Bergeron fournit au marché des fruits plus frais que des lots de Bergeron « conservés ». Ces nouvelles variétés ont d'ailleurs, selon eux, permis aux drômois « d'écrêter » leur pic de production en Bergeron, voire de le remplacer.

Certains des défauts et qualité prêtés au Bergeron se retrouvent dans les descriptifs rapportés de nos enquêtes au sujet des variétés traditionnelles des Pyrénées Orientales. En l'occurrence ces variétés sont bien adaptées à leur département, productives, simples dans leur conduite en verger. Le visuel des fruits est plus ou moins pigmenté et la qualité organoleptique correcte. En revanche, la part des petits calibres est importante. Comme le Bergeron, leur notoriété est importante. Le signe de qualité (AOP) de ces variétés du Roussillon permet une meilleure identification sur le rayon.

Le groupe des « Far » se positionne sur le créneau des variétés tardives. Elles seraient « plus ou moins faciles à travailler et de qualité gustative très variable ». Ces variétés sont pour partie auto fertiles et dégagent de bons rendements. Les fruits sont « solides » mais peuvent être de texture « pâteuse ». Ils colorent très tôt. Certains répondants les rangent dans les variétés rouges.

Le groupe des « rouges » a fait l'objet de nombreux commentaires. Leur appréciation fait débat ; sans doute en raison de la diversité des variétés proposées. Leur qualité gustative ne semble pas apporter, pour la plupart d'entre elles, une grande satisfaction. Les fruits colorent très tôt avant la maturité ce qui rend la récolte plus compliquée. De plus, la coloration rouge peut être très différente d'une variété à l'autre : plus ou moins intense et étendue, plus ou moins mat. Chacun des obtenteurs propose sa propre liste de variétés ; une pratique, selon un expert, qui renforce encore cette hétérogénéité du groupe. Des producteurs rapportent que les gammes ne sont pas toujours complètes en particulier en termes de créneaux de calendrier.

Le groupe des blancs contrairement aux rouges semble faire plus consensus. La variété Vanilla Cot est de loin la plus connue et représentative de ce groupe. Sa qualité gustative est appréciée. L'aspect des fruits pourrait être amélioré notamment en ce qui concerne leur épiderme qui se marque assez facilement. Les opérateurs recommandent une commercialisation en UVC (Unité de Vente) ou préemballée. La gamme reste à construire.

La segmentation par la couleur apparaît encore assez virtuelle aux répondants au regard des volumes en jeu. Il conviendrait pour que cela change de remédier aux faiblesses rapportées par les opérateurs aussi bien sur les variétés rouges que blanches.

Qualité

Les critères de la qualité

Les opérateurs de l'amont définissent la qualité des fruits en référence à la grille fournie par les normes de commercialisation : calibre (minimum 2 A), catégorie I voire Extra, soit avec très peu de défauts d'aspect, et une coloration plus ou moins blushée selon les variétés mais avec le moins de reflets possible tirant vers le vert. Parmi les défauts, certains sont plus souvent évoqués que d'autres : marbrure, cracking, boisage et autres meurtrissures causées en verger (pluie, grêle) ou en station. Les producteurs se plaignent d'un épiderme qualifié souvent de fragile.

A côté de ces éléments normatifs, les professionnels n'oublient pas le goût. Le fruit se doit d'être « bon. » Les critères d'appréciation utilisés le plus fréquemment par la filière se réfèrent au taux de sucre et à la fermeté des fruits. La coloration s'avère un indicateur de maturité plus ou moins fiable selon les variétés.

Parmi les problèmes évolutifs rencontrés par les professionnels, il y a en premier lieu les fruits trop mous ou en sur-maturité (les « points mous »), ainsi que le brunissement (interne) des fruits.

Une des dimensions fréquemment évoquées qui pose des difficultés, concerne la qualité gustative. Selon les cas, les doléances portent sur le manque de goût des fruits ou d'arôme. Ceux-ci peuvent être également trop acides ou pâteux, sans jus… L'origine de ces déficits apparaît pour les professionnels comme multifactorielle. D'où la complexité de sa maîtrise et des solutions.

Les éléments de maîtrise de la qualité

Classiquement, l'expression optimale des propriétés d'une espèce ou d'une variété cultivée découle des meilleures pratiques agronomiques en verger. Des producteurs ont ainsi rappelé l'incidence directe des tâches comme la taille, l'éclaircissage, la ferti-irrigation et la récolte sur la qualité des abricots. L'impact du rendement sur la qualité gustative a été souligné par quelques-uns. Cette corrélation négative serait selon eux plus élevée en abricot que pour d'autres fruits. Plusieurs répondants ont insisté sur le fait que la qualité gustative ne dépendait pas seulement de la variété. L'un d'entre eux prolonge cette discussion en considérant « qu'il n'y a pas de mauvaises variétés mais plutôt de mauvaises pratiques. »

Tous ou presque s'accordent pour dire que la qualité organoleptique repose pour une large part sur une bonne gestion de la cueille. La récolte doit en l'occurrence s'effectuer au plus proche de

la maturité des fruits. Il revient au producteur d'apprécier le stade optimal où l'accumulation des sucres est suffisante pour satisfaire le consommateur final. La détection de ce seuil de maturité ne semble pas toujours facile. Le changement de coloration (de plus en plus pigmenté, blushé) constitue un repère traditionnel. Cet indicateur ne fonctionne pas pour toutes les variétés, en particulier celles qui se colorent très tôt, avant maturité. L'autre recommandation consiste à respecter un nombre de passages suffisant, adapté à la variété. Certaines mûrissent de façon plus groupée que d'autres. Un opérateur suggère de « standardiser les pratiques de cueille ». Il rappelle que la récolte devrait débuter depuis le haut et la périphérie avant de s'intéresser au centre et au bas de l'arbre. Un autre complète en précisant que la cueille s'effectue en fonction du calibre et de la disposition des fruits sur les rameaux : des extrémités vers le centre.

L'ensemble de ces recommandations concerne donc le producteur et ses cueilleurs qui se doivent d'être formés à la diversité des variétés. L'autre point critique mentionné par des répondants concerne la disponibilité des équipes. « Attention que les producteurs ne se fassent pas déborder. » L'optimum de récolte peut tourner très vite en fonction notamment de la météo. Au-delà, le risque est de récolter des fruits trop mûrs et/ ou pas assez fermes. Des variétés peuvent être très bonnes mais à un stade de fermeté ne convenant pas à des circuits longs. C'est pourquoi des producteurs renvoient sur la nécessité de prendre en compte les marchés visés lors du choix des variétés à planter.

Au moment de la récolte, certains producteurs se plaignent du manque de main d'œuvre disponible sur leur zone de production. Les professionnels le soulignent, le producteur doit être à la fois « bon technicien et aussi bon manager » pour que ses équipes soient suffisantes en nombre, réactives et formées. La gestion du personnel à la récolte constitue selon les termes d'un metteur en marché un « point noir » dans les exploitations.

Les interviewés considère la maîtrise de la qualité gustative de l'abricot plus compliquée que celle de la pêche. L'abricot peut être naturellement plus acide mais c'est surtout la gestion de la maturité qui semble plus complexe. Les variétés de pêches cueillies fermes disposent déjà d'un niveau de sucre satisfaisant, contrairement à ce qui se passe en abricot, puis « leur affinage » s'effectue tout au long du parcours des fruits dans la filière. L'hétérogénéité du gustatif en abricot découle aussi d'une diversité génétique plus grande qu'en pêche comme cela a déjà été mentionné.

L'écueil auquel se trouve confronté les producteurs vis-à-vis de la qualité gustative est de pouvoir satisfaire à la fois le consommateur final et la distribution qui réclame des fruits suffisamment fermes. Les professionnels de l'amont dans leur ensemble jugent incohérentes les exigences de la distribution. Celle-ci en effet leur réclame des abricots fermes et bons. Pour ses praticiens, envisager la récolte au bon stade de maturité de l'abricot impliquerait un assouplissement des niveaux de fermeté en vigueur. Cela signifie, selon les termes d'un interviewé, que la distribution sache tolérer « quelques fruits mous » par lot ou colis. Quelques-uns suggèrent une révision des seuils de fermeté fixés par la distribution. En attendant, l'offre de Fruits Mûrs à Point (MAP) constitue une réponse de l'amont pour proposer sur les rayons des fruits plus mûrs.

Si la qualité démarre au champ, plusieurs opérateurs ajoutent qu'elle se poursuit en station. Le tri et le conditionnement doivent valoriser l'ensemble des fruits récoltés tout en maintenant au mieux leur qualité. Les questions soulevées à ce stade concernent essentiellement la conservation des fruits, bien moins les opérations de tri et de conditionnement. Un certain nombre d'opérateurs ont rapporté les effets néfastes de mises au froid. Certaines variétés ne supportent pas des températures trop froides et/ ou des descentes trop rapides de température (effet de marbrure notamment). La différenciation des variétés selon leur niveau de tolérance

au froid peut nécessiter plusieurs chambres froides. Des répondants élargissent le débat. Ils dénoncent les méfaits sur la qualité de l'abricot des ruptures de la chaine du froid tout au long de la filière.

Les démarches de valorisation par la qualité

Les producteurs d'abricot ont initié différentes démarches pour mettre en avant leurs fruits auprès des consommateurs. Tous les dispositifs officiels de signes de qualité ont ainsi été déclinés : Label Rouge (LR), Appellation d'Origine Protégée (AOP), bio (AB) ; sans oublier un projet d'Indication Géographique Protégée (IGP) actuellement en instruction dans les Baronnies. Toutes visent une amélioration de la valorisation commerciale. De plus, ces reconnaissances officielles étoffent, en termes d'image, l'offre commerciale des entreprises. Les professionnels ont réitéré l'intérêt qu'ils portent à ces initiatives. Si les volumes demeurent souvent assez confidentiels plusieurs d'entre eux ont exprimé leur volonté de les développer. Les cahiers des charges, en particulier des LR et AOP s'appliquent pour une liste précise de variétés. Ils imposent aux opérateurs le respect des taux de fermeté et de sucre, des délais de commercialisation après récolte... Ces exigences conduisent à ne sélectionner que la fraction la plus qualitative de la production. L'autre frein au volume commercialisé s'avère économique. Le suivi et les contrôles coûtent aux producteurs et metteurs en marché. En fonction des cours de marché, la vente peut être plus profitable hors mention du signe officiel.

Le bio intéresse également les producteurs d'abricots. Néanmoins son développement se trouve fortement entravé par l'insuffisance de solutions qui soient compatibles avec les principes de la bio pour le contrôle de certaines maladies et ravageurs : monilia sur fleur, forficules... Sans la couverture phytosanitaire du conventionnel, les volumes récoltés dépendent plus encore de la météo. Les producteurs des Pyrénées Orientales qui jouissent d'un climat plus sec apparaissent comme les plus avantagés. Pour les régions de production plus au nord la prise de risque limite les conversions. Les professionnels du Roussillon, pour leur part, rappellent souvent le nombre important de conversions ces dernières années. Certains d'ailleurs s'en inquiètent et redoutent dans un proche avenir une saturation de l'offre, des prix beaucoup moins valorisants. Les tarifs bio seraient le double ou le triple des cours du conventionnel.

La démarche Zéro Résidu de Pesticides (ZRP) constitue une initiative de la production. Pour ses promoteurs, cette offre cherche à répondre à la demande sociétale vers moins de pesticides et plus de sécurité sanitaire des produits alimentaires. Elle se veut complémentaire au bio.

L'offre Mûr à Point (MAP) préemballée est proposée par plusieurs des opérateurs rencontrés. Les équipements et les modalités diffèrent avec aussi des succès a priori divers. Dans l'ensemble, la valorisation semble possible mais le marché reste une niche. Il ne paraît pas beaucoup se développer. Comme cette solution est génératrice de surcoût, certains prônent plutôt l'assouplissement des exigences de fermeté. L'intérêt du MAP serait alors moindre.

Les initiatives de variétés club qui émergent encore timidement sur la pêche n'ont pas d'équivalent en abricot. Néanmoins elles ne laisseraient pas indifférents quelques opérateurs de la filière. Sa faisabilité économique interroge dans la mesure où les variétés se succèdent rapidement sur les étals tout au long de la campagne.

Vente et attentes clients

Les différents circuits

Les ventes des opérateurs se répartissent entre plusieurs marchés : export, grande distribution, grossiste, industrie, vente directe et circuit court. Leur part respective varie en fonction des entreprises.

La grande distribution constitue le plus souvent et de loin le circuit le plus important des metteurs en marché. Les abricots sont vendus sous la marque des fournisseurs ou des marques de distributeurs (MDD). Toutes les grandes enseignes ont développé des MDD en abricot. En fonction de leur positionnement commercial (1er prix, cœur et haut de gamme), les exigences de la grande distribution varient. Elles sont généralement rassemblées dans des cahiers des charges ou des fiches techniques. Ces dispositions intéressent toujours les caractéristiques des produits vendus pour s'élargir selon les cas aux modes de production. Plusieurs enseignes font ainsi explicitement référence aux démarches Vergers Ecoresponsables voire à la certification environnementale Haute Valeur Environnementale niveau 3 (HVE3). Parmi les caractéristiques produits habituelles (normes de commercialisation, nature des conditionnements, critères gustatifs, etc.), plusieurs enseignes répertorient les variétés acceptées ou refusées (« liste positive vs blacklist »), et quelques-unes précisent des normes sanitaires supérieures à la réglementation (nombre de résidus maximum). Les opérateurs reconnaissent que la politique de préférence nationale développée par la grande distribution ces dernières années leur assure le maintien de ce débouché.

Plusieurs critiques à l'égard de la grande distribution ont été spontanément citées :

- l'incohérence de la distribution qui demande des fruits à la fois fermes et bons ;
- l'arbitrage des agréeurs en plate-forme qui décident du sort des lots vendus sans prise en compte des situations particulières de l'offre ;
- la demande de fruits très colorés en assimilant souvent fruits orangés-rouges avec les abricots « rouges » qui demeurent très diversement appréciés selon les distributeurs ;
- l'insuffisance du nombre de références abricot dans les rayons par rapport à la place dédiée aux pêches et nectarines.

L'exportation est un circuit sur le déclin. L'offre espagnole est venue concurrencer la France sur l'ensemble du marché européen. De plus, l'appétence des italiens pour le Bergeron s'est nettement amoindrie à partir du moment où ils ont développé les variétés tardives dans leurs vergers. Après des décennies radieuses, les opérateurs s'attendent encore à des réductions drastiques de ces débouchés. Beaucoup redoutent que les volumes destinés à l'exportation viennent à terme encombrer le marché national. L'avantage économique des espagnols oblige les opérateurs à revoir leur positionnement. Sur des marchés où la concurrence par le prix est élevée (ex. Allemagne, etc.), les producteurs se doivent de choisir des variétés à haut rendement pour des fruits dont le critère qualitatif est secondaire. L'autre axe qui paraît plus porteur à une majorité de répondants est de réorienter l'offre vers des marchés plus qualitatifs avec des fruits plus hauts de gamme. Les pays francophones comme la Suisse, la Belgique ou le Luxembourg constituent des marchés à préserver / développer.

De même en Allemagne, l'offre qualitative des producteurs français peut aussi intéresser le circuit des grossistes haut de gamme. La réponse des opérateurs ne peut être uniforme. Certains opérateurs rappellent que la déclinaison de la gamme diffère en fonction des pays visés. L'offre préemballée serait ainsi plus diversifiée sur le marché anglais qu'allemand, par exemple.

Le circuit des **grossistes** ne constitue pas un débouché priorisé des opérateurs de l'amont de la filière. Une très large majorité des répondants prête aux grossistes une très bonne connaissance des produits. Leur positionnement dans la filière leur permet d'avoir une vision très réactive des marchés et des produits. Ils sont en capacité d'apprécier les différences de qualité en fonction des variétés. En revanche, les metteurs en marché reprochent aux grossistes leur exigence tarifaire. La mise en concurrence avec l'offre espagnole n'incite pas les producteurs français à leur confier leur marchandise. En dehors des grossistes plus qualitatifs, les prix payés ne les satisfont pas.

Le cas du réseau **Grand Frais** occupe une position à part parmi les différents circuits de la distribution. Les opérateurs de l'amont comme chez les grossistes, apprécient leur grand professionnalisme. Un répondant considère pour sa part que l'enseigne Grand Frais est « le seul réseau à bien connaître le produit. » Grand Frais a manifesté son intérêt pour des démarches de qualité type Label, Rouge, ZRP[19], variétés ou marques exclusives… Ce réseau dispose d'une liste de variétés interdites et vérifie régulièrement la qualité gustative des arrivages en plates-formes via des séances de dégustation interne. Ses détracteurs en revanche signalent que les exigences qualitatives imposées conduisent les stations à une augmentation de leurs écarts de tri. Ces derniers devront alors réorienter le restant de marchandise vers d'autres marchés. Enfin quelques-uns déplorent que ces magasins ne jouent pas systématiquement le choix de la préférence nationale.

L'industrie représente entre 10 % et 30 % des ventes selon les opérateurs. Son importance fluctue en fonction de la météo. Les ventes se font sous contrat pour de la pulpe ou purée (à destination de compote et nectar) et de la confiture ou « B2 ». Ces débouché valorisent des qualités différentes : l'oreillon en haut de gamme et variétés spécifiques, des abricots de catégorie 2 sans défaut d'épiderme en confiture et pour la pulpe, les écarts de tri vendus en palox. Chacun apprécie ce débouché, qui n'a pas d'équivalent en pêche ou nectarine. Quelques-uns suggèrent de tirer la qualité des apports à l'industrie vers le haut pour s'assurer d'une meilleure valorisation, mais aussi assainir le marché du frais. Dans cette perspective, écouler systématiquement le calibre B vers l'industrie pourrait être une orientation intéressante à décider collectivement.

La vente directe et les circuits courts (à la ferme, marché, détaillants-distributeurs) occupent des débouchés plus secondaires pour une majorité des opérateurs rencontrés. Les opérateurs qui se sont spécialisés sur ces créneaux déclarent mieux valoriser ainsi leur production avec des produits plus gustatifs car plus mûrs. Ces circuits génèrent aussi des coûts. En effet, certains signalent que ces activités demeurent très chronophages et exigent un savoir-faire.

Composition de la gamme abricot

La gamme commercialisée se décline principalement au travers de ses conditionnements. Tous les opérateurs distinguent les références vrac et préemballées. La part du préemballé varie selon les répondants entre 20 % et 50 %.

Le vrac compte en général entre une et deux références. A côté du colis vrac de 5 à 6 kg de calibre moyen (2 A principalement), les opérateurs proposent également un plateau lité un rang avec les plus gros calibres (à partir de 3A). La déclinaison préemballée est fréquemment plus

[19] ZRP : Zéro Résidu de Pesticides

large mais assez diversifiée selon les metteurs en marché. Comme pour le vrac, le positionnement prix progresse avec le calibre.

Presque tous les opérateurs proposent la barquette d'1 kg de petit calibre (A, principalement ou B). C'est généralement l'offre 1er prix. Les autres barquettes mises en marché sont de poids assez divers : 450 g, 500 g, 650 g, 750 g… avec des contenus plus qualitatifs notamment par le calibre, le type d'abricot (ex. abricot blanc)… C'est dans ces grammages que se présentent les barquettes MAP ou les références de type 6 fruits, etc. Le panier bois 1kg donne une image « marché » qualitative. Enfin, l'accord interprofessionnel sur le calibrage et le marquage de l'abricot encadre la vente d'une référence intitulé « abricot à confiture ». Il s'agit d'après l'accord « généralement d'abricot sans catégorie ou de catégorie II, non calibrés et vendu en unité de vente consommateur. » Les professionnels proposent ces abricots dans des mini-plateaux de 2 kg ou vendu au colis fermé (par un complexe) de 5 kg. Pour certains, cette référence valorise des écarts de tri, des abricots grêlés ou tâchés, des abricots de catégorie II…

Perspectives

L'évolution du marché

La concurrence de l'Espagne bouscule fortement les débouchés des opérateurs français. Plusieurs interviewés s'attendent dans les années à venir à un encombrement plus important du marché national à cause des reports de vente de produits initialement destinés à l'exportation, notamment vers l'Allemagne ou l'Italie. Cette dégradation commerciale va conduire à une baisse des surfaces. Le vieillissement du Bergeron, l'insuffisance selon certains opérateurs du renouvellement variétal de ces vergers ou encore l'abandon de cette variété au profit du vignoble dans certaines exploitations de la Drôme, devraient aussi contribuer à une réduction du potentiel national.

C'est pour les répondants la fin de la grande époque du Bergeron et de la prééminence de la France sur le marché européen. La France se trouve désormais sous l'effet même d'une « double concurrence, espagnole en précoce puis italienne en tardif ». Plusieurs comparent la situation de l'abricot à celle de la pêche des années 1990 ; sous entendant qu'avant une stabilisation, les surfaces d'abricot vont diminuer fortement. On s'attend d'ailleurs à des reconversions en verger de pêchers. Ce contexte difficile ne sera pas sans conséquence non plus pour les metteurs en marché. Certains évoquent ainsi un « écrémage attendu des opérateurs ». L'un d'entre eux considère que ce mouvement à la baisse des structures s'accompagnera d'un tri des variétés aboutissant à une « réduction des moins rentables. »

Le renouvellement variétal de ces dernières années s'est fait à l'avantage des variétés précoces. Des opérateurs s'attendent dans un proche avenir à une saturation de ce marché. La présence croissante de l'Espagne vient renforcer cette crainte. Le report vers le créneau tardif peut être une option que certains ont saisie dès le développement de ce type de variétés, via notamment le groupe des « Far ».

Les conditions de marché plus difficiles ont incité des producteurs à convertir leur verger en production bio. Une hausse des volumes d'abricot bio est par conséquence attendue. Cette évolution interroge : la demande sera-t-elle au rendez-vous ?

Plus largement les questions posées par les répondants abordent différentes thématiques et maillons dans la filière (production, distribution et consommation). Les propositions ou les pistes d'action qui leur semblent importantes au regard de la situation du marché actuel peuvent se résumer à trois grandes questions :

- comment adapter et rendre plus performante l'offre nationale ?

- comment accroître la présence de l'abricot sur les rayons ?
- comment augmenter la consommation ?

Les propositions d'amélioration de la filière

Du côté de la production, l'axe premier d'amélioration qui se distingue de toutes les propositions des répondants concerne la génétique ou les variétés. Les attentes en termes de renouvellement variétal sont multiples. Pour rappel, il en va de la productivité, de la régularité, de l'homogénéité, de la qualité commerciale et organoleptique, de la résistance aux meurtrissures et aux maladies, du calendrier… Le suivi des nouvelles variétés par le Ctifl comme dans les stations régionales doit aider les producteurs à trier et faire leur choix.

Les autres dispositions ou recommandations évoquées portent sur les pratiques en verger et en station. Les professionnels pointent du doigt des pratiques préjudiciables à la qualité comme les récoltes avec un nombre de passages insuffisant. Ils appellent de leurs vœux au contraire à une plus grande maîtrise de la charge pour améliorer la régularité et l'homogénéité de la récolte. L'un d'entre eux prône l'exclusion de la commercialisation des écarts de tri ou la « non qualité », afin d'alléger le marché et de mieux répondre aux aspirations de fruits à maturité, aux attentes des consommateurs. Limiter le risque des aléas climatiques (couverture des vergers par exemple), réduire en station, dans la mesure du possible, les à-coups de production constituent également des améliorations attendues pour des flux plus homogènes et réguliers. Les travaux techniques du réseau d'expérimentation sont fréquemment rappelés. Quelques-uns sont ainsi rapportés : les « nouveaux » vergers, la baisse des intrants ou le renforcement de la mécanisation… »

La question « quelle organisation/ stratégie d'acteurs pour que l'offre française perdure tant sur le marché national qu'international » reste également très prégnante dans les entretiens menés. Le regroupement de l'offre peut permettre de proposer la gamme complète attendue par un réseau de distribution, du premier prix au prémium et en volumes conséquents sur toute la campagne. Néanmoins, les professionnels interrogés préfèrent la voie du rapprochement et de la complémentarité ou synergie entre les structures et les régions plutôt qu'une fusion qui conduit à une réduction du nombre d'opérateurs. Sur des produits frais, un opérateur relève que la défense du prix de vente n'est pas plus assurée par une grosse qu'une petite entreprise. Dans ce contexte il subsiste toujours des stratégies diversifiées d'organisation des entreprises de la production et de leur mise en marché respective ; pour certains, c'est essentiellement une qualité standard qui est mise en avant, pour d'autres, c'est une qualité différenciée sur des produits spécifiques et pour d'autres encore, c'est une combinaison raisonnée de ces types d'offre.

En ce qui concerne la distribution, les professionnels de l'amont critiquent souvent le peu de surface en rayon dédiée à l'abricot. Pour remédier à ce constat, plusieurs militent pour une augmentation du nombre de références proposées par l'amont. Cette augmentation peut se faire au travers d'une segmentation plus large ou profonde avec en particulier le développement du préemballé, du MAP (Mur à Point) mais aussi des plateaux vrac lités, etc. L'offre des références plus spécifiques : signe de qualité, variétés blanches, etc. peut également contribuer à une diversification de la gamme. L'intérêt d'une segmentation par la couleur ne paraît pas cependant faire l'unanimité. Cette offre par segment n'étant pas complète / satisfaisante à ce jour, cela peut sans doute expliquer ces avis assez divers. Pour certains

opérateurs, l'opportunité d'une segmentation ne se pose pas dans la mesure où d'après eux l'abricot s'identifie à son unique couleur : orangé-rouge.

L'hétérogénéité de la qualité des abricots d'après un opérateur ne rassure pas la distribution. Cette méfiance la rend frileuse dans ses achats et ne l'incite donc pas à des mises en avant. Prolongeant son raisonnement, l'essor de l'abricot en magasin reposerait sur les efforts de l'amont pour gagner la confiance des distributeurs. Le Ctifl, au titre d'expert, pourrait selon un opérateur utilement exercer un rôle de facilitateur dans la relation amont – aval et notamment lors de la rédaction des cahiers des charges et leurs prescriptions en termes de variétés, de taux de sucre et de fermeté, etc. Enfin un répondant n'oublie pas l'organisation. L'AOP a son rôle à tenir. Elle diffuse de l'information à la distribution. Elle dispose de sa liste de variétés…

La différenciation qualitative par la variété auprès des consommateurs semble faire débat. Les enseignes n'en font pas grand cas, note un metteur en marché. D'autres rappellent la courte durée de présence de chacune des variétés sur les linéaires ; environ une quinzaine de jours. Enfin, plusieurs soulignent que la qualité dépend du potentiel variétal mais aussi d'autres facteurs en production et en distribution. Dans ces conditions, l'indentification variétale n'apparaît pas résoudre l'incertitude qualitative des fruits présentés sur les rayons. Fort de ce constat, des opérateurs appellent de leurs vœux le développement d'une qualité standard. L'un deux parle d'une « qualité homogène, sans surprise » ; ou d'une qualité à même de ne plus décevoir le consommateur. Il invite ainsi la profession à tendre vers un positionnement qualitatif de type « Danone ». D'autres qualifient ce que devrait être ce « bon standard » : un fruit qui ne soit « pas décevant, suffisamment juteux et sucré ». Certains évoquent un fruit sucré, doux ou peu acide. » La perspective d'une évolution variétale de type douce ou sub-acide comme cela s'est fait pour la pêche a été discutée. Un opérateur observe néanmoins que ce débat n'est pas nouveau.

Les professionnels rencontrés ont exprimé leur espoir d'une augmentation de la consommation d'abricot. L'un d'entre eux ajoute « qu'une hausse de 200 g par habitant et par an permettrait de retrouver des conditions de marché satisfaisantes ». L'amélioration de la qualité, notamment gustative, apparaît pour nombre de ces opérateurs comme le principal moyen de développer les ventes. Un interviewé fait le constat que la qualité de l'abricot déçoit les consommateurs. Il souligne par ailleurs, le prix élevé de l'abricot. « Ce fruit n'est pas donné ». L'attente en termes de plaisir à la consommation en est, selon cet opérateur, d'autant plus forte.

La communication constitue une autre proposition d'action pour développer les ventes. Celle-ci peut s'adresser aux consommateurs comme aux clients distributeurs. Le stickage individuel des fruits constitue pour un opérateur un support utile de communication. Il permet ainsi aux consommateurs de mieux distinguer sur le rayon l'origine nationale de l'offre espagnole. D'autres encore s'interrogent sur la meilleure façon de communiquer : support et message… L'un deux suggère que le Ctifl, au titre d'expert, participe à des émissions télévisées d'information du grand-public.

L'enquête en distribution

Elle s'est déroulée en partie durant la dernière campagne et principalement en région parisienne. Une trentaine d'opérateurs ont ainsi été interviewés représentatifs de l'ensemble de la distribution : grossistes, acheteurs en centrale, responsables de rayon et de cours des halles, vendeurs sur les marchés… L'objet de l'enquête, comme celle pour les metteurs en marché, cherche à dresser un bilan de l'état du marché selon leur point de vue, ses atouts et ses contraintes et rendre compte de leurs attentes.

Entretien avec les grossistes du Min de Rungis

Dans le discours des grossistes, les régions de production ne se distinguent pas les unes des autres, en dehors des quelques variétés locales. Ceux qui travaillent avec l'Espagne semblent avoir moins affaire aux Pyrénées Orientales, en raison vraisemblablement d'un calendrier de production assez similaire. Tous évoquent la forte concurrence de l'Espagne et ses volumes qui progressent. Certains mettent en regard leur difficulté de trouver de « bons » fournisseurs en France alors que le marché espagnol serait « très réactif ». Cependant l'un d'entre eux signale que depuis 2 ans, il ressent un excès d'offre, notamment espagnole, qui entraîne les prix à la baisse.

Les grossistes laissent transparaître une vision assez traditionnelle de l'offre. Les variétés de références sont le plus souvent anciennes. La multitude de nouvelles variétés ne permet pas de recueillir un discours univoque. Les expériences peuvent être fluctuantes en fonction des fournisseurs, des campagnes, etc. Ils constatent que parmi les nombreuses nouvelles variétés toutes ne donnent pas satisfaction. S'ils les considèrent souvent de « plus bel aspect que les anciennes », ils les jugent aussi souvent moins bonnes. Ils approuvent ce renouvellement à la condition que cela ne porte pas préjudice à la qualité des fruits. L'intérêt de certaines nouveautés est reconnu. Le développement des variétés tardives a permis d'étendre la campagne. Certains estiment que la diversité variétale actuelle leur permet de servir leur diversité de clientèle avec des attentes d'un abricot plus ou moins cher VS plus ou moins gouteux. Pour d'autres, le problème n'est pas le « trop de variétés » mais l'absence de bonnes variétés.

Une majorité de grossistes rappellent que la couleur de l'abricot demeure le rouge-orangé. Les innovations plus récentes comme les variétés unicolores très rouges ou blanches sont diversement perçues. L'abricot rouge « ne ressemble plus à un abricot ». Il apparaît parfois « trop mat » et peut même « effrayer » quelques-uns. Le blanc pâle serait pour certains « invendable » même si d'autres lui reconnaissent sa qualité gustative.

Malgré une majorité de récriminations à l'encontre de l'évolution de l'offre abricot, plusieurs grossistes ont marqué leur intérêt commercial vis-à-vis de ce fruit d'été : pour l'un, ce fruit pèse 20% de son chiffre d'affaires des fruits d'été, pour un autre, « l'abricot a la même dynamique d'offre que la cerise » ou encore un autre qui déclare que ce fruit surperforme dans ses ventes estivales.

Les critères d'achat des grossistes sont en priorité la coloration ou l'aspect, la fermeté et le goût. Ce dernier critère de choix est confirmé par la pratique quasi systématique de la clientèle de goûter les fruits avant tout achat. Le prix constitue un critère important pour une frange de leur clientèle : la grande distribution, les spécialistes sur marché... Le calibre 2A, voire 3A, représente

la référence la plus recherchée par une clientèle de Cours des Halles. Les calibres plus petits, notamment A servent les acheteurs qui recherchent des référence 1er prix ou les collectivités.

Cependant, le contexte général des ventes serait plutôt à la stagnation. Les problèmes de qualité rencontrés ces dernières campagnes peuvent expliquer ce ressenti. Leur perception de la qualité de l'offre apparaît globalement plutôt décevante. « Les fruits sont soit en sur maturité soit trop verts ». Quelques-uns expliquent à décharge des producteurs que la gestion de la maturité de l'abricot est compliquée puisque le marché attend des fruits suffisamment mûres (bon) mais ferme. Certains décrivent ainsi une situation que leurs fournisseurs ne contrediraient pas.

Entretien avec les acheteurs de la grande distribution

Les enseignes de la grande distribution comptent entre une dizaine à une quarantaine de fournisseurs. Les acheteurs travaillent sans distinction de catégories de metteur en marché (coop, expéditeur, producteur-expéditeur, etc.). Le nombre et la diversité des opérateurs seraient plus importants qu'en pêche et nectarine. Selon un répondant tous ces fournisseurs ne sont pas des spécialistes et leur habilité en production peut être de fait assez inégale.

Les opérateurs, comme les grossistes, ne font pas état de préférence manifeste entre les régions. En revanche, ces acheteurs relient bien certaines régions, ou plutôt terroirs, à des variétés ou des démarches de qualité (type AOP, LR). Il en va ainsi des Rouges du Roussillon, du Bergeron, de l'Orangé de Provence, des Baronnies, etc. Ces appellations de terroir les intéressent. Elles peuvent s'intégrer dans les positionnements haut de gamme de leur MDD.

Les acheteurs, en dehors d'une enseigne, apprécient les produits espagnols. Mais l'un d'entre eux précise également qu'il ne travaille qu'avec des fournisseurs français produisant eux même en Espagne ou qui achètent des fruits espagnols dont ils connaissent la qualité. Cette offre permet aux enseignes de démarrer 15 jours à 1 mois avant l'arrivée de la production nationale ; une période où les étals seraient en manque de nouveautés/ produits.

Les répondants mettent en avant la meilleure qualité du précoce espagnol comparativement au français sur la même période. Les prix sont également attractifs. Les acheteurs le reconnaissent et l'un d'entre eux ajoute que c'est un moyen de « challenger leurs fournisseurs français. » Une enseigne se plaint d'abricots espagnols ni murs ni réguliers, produits de façon « industrielle. ».

La « bascule » entre les origines se fait de façon progressive, notamment pour laisser le temps à l'écoulement des fins de rayon. Une fois l'offre française installée, les acheteurs précisent arrêter l'achat d'abricot espagnol. Plusieurs acheteurs observent « un flottement » dans les ventes lorsque le niveau de qualité du précoce français n'est pas à la hauteur de son homologue ibérique. L'un d'eux enjoint ses fournisseurs de ne pas « être trop précoces », au risque sinon de décevoir les consommateurs.

La qualité des fruits décidera de la fin de la campagne selon les interviewés. Plusieurs fixent l'arrêt des ventes autour du 10 au 15 septembre.

Les critères d'achat de la grande distribution ne diffèrent pas des autres circuits. Leur demande porte sur des fruits colorés sans défaut d'aspect, de gros calibres et qui « se tiennent », c'est-à-dire qui résistent aux manipulations. Il est entendu que le goût et le prix des fruits font également partie des critères attendus.

Les déclinaisons régionales et de signes de qualité intéressent dans l'absolu les enseignes. Comme cela a déjà été dit, les références aux terroirs peuvent s'inscrire dans des positionnements premium des MMD. En revanche, des acheteurs constatent que les volumes (limités) ou la qualité des fruits (calibres insuffisants), de ces démarches de terroirs et/ ou qualité, ne répondent pas toujours à leurs attentes.

Les enseignes interrogées disposent toutes d'une gamme d'abricots qui associe le plus souvent les trois positionnements habituels : haut de gamme ou premium, cœur de gamme et 1er prix. Les opérateurs composent cette gamme par le biais des calibres et des conditionnements. Les gros calibres alimentent habituellement le créneau haut de gamme tandis que les calibres petits et intermédiaires sont valorisés, selon l'état du marché, sur les deux autres segments. De même, le vrac en colis de 5 ou 6 kg occupe principalement le cœur de gamme tandis que le préemballé répond à la fois au segment économique, comme la barquette d'1 kg, et au premium souvent composé de plus petits grammages (400 g, 500 g, 650 g, 700 g etc.). Une seule enseigne a listé dans ses produits haut de gamme, le plateau vrac lité.

Selon les cas et en fonction aussi de la taille des magasins, les assortiments comptent entre 4 à 10 références. Les magasins de proximité, disposent le plus souvent et logiquement d'une gamme moins étoffée que celle des plus grands. Cela étant, un acheteur observe, sans pouvoir l'expliquer, que l'abricot se vendrait mieux dans leurs plus petits formats de magasin (supermarchés et supérettes). On peut penser que ce constat est à mettre en lien avec la clientèle de ces formats, plus âgée, sur acheteuse d'abricot et peut être moins regardante sur les prix.

Les enseignes au travers de leur gamme cherchent à répondre aux différents budgets et demandes des consommateurs. Un acheteur rappelle que la segmentation permet ainsi d'augmenter les ventes. La diversité des unités de vente au consommateur (ou préemballés) en termes de formats (barquette, panier, mini-plateau) et de grammages offre de multiples possibilités de déclinaison de la gamme en magasin. La part du préemballé s'est accrue avec le développement des assortiments. Une d'entre elle confirme que son importance a progressé de 10 points en un peu plus de 5 ans. Elle approcherait désormais 30 % des ventes d'abricot.

La référence Mûr à Point (MAP) ou prêt à consommer s'observe dans tous les assortiments. Elle génère chez certains jusqu'à 10 % des ventes. Un chef de rayon d'hyper souligne que cette offre adossée à leur MDD « marche très bien » car renforce encore la confiance du consommateur. Dans cet hyper, c'est la meilleure vente du rayon après le vrac. La fermeté des fruits dans ces barquettes est moindre que celle exigée habituellement pour le vrac. Un acheteur a déclaré vouloir tester la mise en vente de fruits un peu moins fermes sur une partie de son offre vrac (conditionnement lité un rang) ; incitant le fournisseur à laisser « maturer » les fruits en retardant volontairement l'expédition d'un ou deux jours après la récolte.

L'abricot confiture constitue une référence spécifique et définie dans l'accord interprofessionnel de l'abricot. Son importance peut être assez fluctuante, entre 10 à plus de 20 % des volumes selon les cas. Sa qualité s'avère aussi hétérogène.

La couleur de l'épiderme constitue une autre possibilité de segmentation proposée par l'amont et qui intéresse la distribution. Elle est même déjà à l'essai dans les magasins. Les résultats semblent cependant assez divers. La qualité des variétés dites « Rouges » apparaît peu homogène. Les volumes manquent, plus en abricots blancs que rouges. La qualité de Vanilla Cot est appréciée mais encore faudrait-il proposer selon les acheteurs, d'autres variétés blanches. L'Espagne semble constituer la principale origine de ces produits. Un répondant met en garde la filière. Celle-ci ne doit pas seulement compter sur les produits de niche pour espérer un

développement des ventes. Il estime que l'accroissement des achats des consommateurs ne se fera que par le vrac et précise-t-il « à un prix proche ou inférieur à 2 €/ kg[20]. » Le colis vrac constitue la référence cœur de gamme de toutes les enseignes.

Les problèmes de qualité signalés par les enseignes sont assez divers. Ce sont des fruits cueillis trop tôt ou trop tard, qui ne se conservent pas. A côté de la maturité vient toute la palette de défauts d'aspect fruits tâchés, fendus, marbrures. Le brunissement des fruits a été aussi cité.

La question de la régularité de la qualité paraît caractériser l'abricot plus que les autres fruits. Les facteurs de variabilité de la qualité sont nombreux. La diversité des fournisseurs et des pratiques, des variétés, des zones de production, du climat sont autant de facteurs qui peuvent expliquer cette grande hétérogénéité de la qualité. Les acheteurs en ont conscience et pour la plupart le rappellent. « Il n'y a pas de vérité en abricot. Une même variété peut ne pas être bonne d'une année à l'autre. » De leur point de vue, améliorer la régularité qualitative de l'approvisionnement permettrait d'accroître les ventes en sécurisant l'achat des consommateurs.

Les multiples variétés d'abricot posent des difficultés à la distribution dans la mesure où cela génère des différences de qualité entre les lots vendus. Les acheteurs constatent une forte diversité variétale. C'est pourquoi l'un d'entre eux souhaite « connaître le niveau gustatif des variétés. » Il en va ainsi pour les enseignes qui disposent de leur propre short list qui parfois ne concerne que leur gamme premium. Plusieurs enseignes préfèrent se fier à leurs fournisseurs. Ils considèrent que les producteurs sont les plus à même de faire le tri et d'éliminer les variétés peu qualitatives selon leur terroir ou pratiques. La mise en œuvre de ce tri au niveau national par l'AOP leur apparait moins légitime.

Les acheteurs reconnaissent donc que la variété prédispose à un niveau de qualité. Ils recommandent également « de travailler sur la conduite en production ». L'un d'eux considère que cette attention doit être de portée plus large et concerner toutes les étapes de la filière. Il semble ainsi convenir de manière implicite, d'une responsabilité partagée dans la qualité de l'offre présentée sur les linéaires : « les fruits sont souvent cueillis un peu tôt mais cela vient des exigences de conservation. ». Une enseigne reconnaît aussi sur les fruits à noyau une sérieuse concurrence avec les magasins spécialisés, les GSF ou la vente directe où l'on observe soit plus de personnel en rayon soit pas de manipulation possible des fruits par la clientèle

D'après les acheteurs, la meilleure façon pour apprécier la qualité organoleptique des fruits est de les goûter. Les procédures de dégustation semblent plus ou moins formalisées. Certains disposent de protocole de dégustation précisant les conditions de leur réalisation, les notations, l'échelle de sanctions… Parallèlement, les enseignes vérifient à l'agréage le respect des consignes de fermeté et de taux de sucre définies avec leurs fournisseurs.

Pour la distribution, les ventes sont stables ou en légère progression, suivant en cela l'augmentation de la consommation. Sans en fixer l'importance, des marges de progression seraient, selon certains, envisageables. La régularité qualitative de l'offre demandée par la distribution constituerait un moyen pour y parvenir. D'après eux, ce sont les responsables en

[20] Le prix moyen selon Kantar de l'abricot vendu en vrac est de 3,03 € ; le préemballé se vend un peu moins cher, de l'ordre de 2,60 €/ kg.

magasin qu'il faut rassurer pour élargir la gamme disponible sur leurs étals. En revanche, cette augmentation des ventes ne signifie pas forcément une hausse de la surface linéaire dédiée à l'abricot. Plusieurs ont évoqué un consommateur d'abricot plus exigeant que celui d'autres fruits ; des consommateurs plutôt ressentis comme des amateurs, connaisseurs du produit. Un acheteur souligne que l'abricot est « moins demandé que la pêche et plus cher. ». Ainsi le prix peut également constituer un obstacle au développement des volumes. Plusieurs acheteurs ont ainsi discuté de la cherté de ce fruit. Ils ont exprimé leur souhait de pouvoir disposer de références à des prix en dessous d'un certain seuil (entre 1,50 à 2,00 €/ kg selon les avis).

Entretien avec les responsables de rayon et de cours des halles

Les discussions avec les chefs de rayon parisien et région parisienne principalement s'ajoutent et complètent les avis des acheteurs et des grossistes.

Le début de campagne 2018 est marqué par son retard en production. Sans avoir de souvenirs très précis sur 2017, ils considèrent que cette campagne pourrait être moins bonne. Les premiers fruits sont arrivés avec des maturités hétérogènes et des fruits tâchés, notamment chez certains Cours des Halles. Plusieurs rappellent que l'évolution de leurs ventes dépend aussi à ce stade de la météo.

La composition de la gamme se fait principalement par le calibre ou le prix voire le conditionnement (colis vrac, vrac lité et préemballés). Les cours des halles ne présentent que du vrac tandis que les magasins de la grande distribution composent entre le vrac et quelques références préemballées. Les essais en abricot de diversification (blanc ou rouge) rencontrent des succès inégaux variant principalement en fonction du positionnement du magasin et sans doute aussi de la qualité des approvisionnements. Plusieurs expliquent leur mévente par la méconnaissance des consommateurs mais aussi pour l'un d'entre eux par leur prix élevés.

Les chefs de rayon disent leur besoin pour des fruits colorés, « pas forcément blushés » mais qui ne soient pas verts. Ils demandent des fruits qui ne soient ni trop mûrs ni trop durs, mais « capables de mûrir à la maison ». Les principaux défauts rapportés sont l'absence de goût et des fruits qui ne tiennent pas ». Leur connaissance, des variétés comme des régions, apparaît pour la plupart très sommaire mais variable d'un chef de rayon à l'autre. L'un d'entre eux se justifie en constatant que : « suivre plus d'une soixantaine de variétés, ce n'est pas possible. »

Son emplacement sur les étals peut évoluer au cours de la campagne mais l'abricot se trouve fréquemment à proximité des autres fruits à noyau, cerise, pêche et nectarine… L'importance du linéaire dédié à l'abricot est largement inférieure à celui de la pêche et nectarine. En revanche, la part du préemballé et sa diversité parait plus élevée[21]. Un responsable en hyper rapporte que ses ventes quotidiennes de pêches sont trois fois plus importantes qu'en abricot. Cette observation ne parait pas aberrante compte tenu des 4 sous segments (PB/PJ et NB/NJ) existant dans la gamme pêche.

Sur le rayon, les responsables observent que le consommateur tâte les fruits pour apprécier leur fermeté voire les consomme sur place. Ce consommateur attend l'arrivée des abricots français ;

[21] Une impression contre dite par les données Kantar puisque le taux de préemballé en pêche et nectarine est sensiblement identique à celui de l'abricot ; soit 27 % des quantités achetées.

une préférence plus marquée aujourd'hui qu'hier. Celui-ci arrive habituellement en juin après un démarrage avec le précoce espagnol.

Conclusion des détaillants-distributeurs

La distribution dans son ensemble réclame des fruits colorés, de calibre gros et moyen (2A minimum) et qui se tiennent en rayon. L'abricot espagnol permet de débuter plus précocement la campagne avec des fruits de variétés similaires à l'offre nationale mais qui ont pu bénéficier d'un plus grand ensoleillement. L'avantage du prix espagnol est aussi apprécié. En revanche dès l'arrivée des abricots français, l'origine nationale est privilégiée par les distributeurs. Les consommateurs la leur réclament.

La segmentation par le calibre et le conditionnement assurent un assortiment suffisamment diversifié pour répondre aux différentes attentes en termes de qualité et de prix des consommateurs.

L'apport de fruits à une maturité satisfaisante constitue le principal écueil sur les rayons. La disparité de coloration et de tenue des fruits selon les arrivages ne facilite pas les ventes. Ce sont pour les distributeurs les motifs de déception des consommateurs. La discontinuité variétale renforce, à tort ou à raison, l'insuffisance de régularité qualitative de l'offre générant un manque de confiance envers le produit abricot tant pour les professionnels de la distribution que pour ses clients. Cette absence d'assurance qualitative des apports serait responsable de la stagnation des ventes. Les listes et classements de variétés semblent assez diversement compris de la part de la distribution.

Les possibilités de décliner l'offre en fonction de la coloration des fruits peuvent contribuer à élargir l'assortiment. Il convient sur ces segments d'apporter là aussi des fruits à la bonne maturité.

Enquête consommateurs 2018

Cette partie d'étude a perçu un financement à 50% de la cotisation volontaire étendue d'Interfel et à 50% de FranceAgriMer.

Cadre méthodologie d'enquête

Mise en œuvre

Cette enquête déclarative a été réalisée en ligne, début septembre 2018, auprès de 1017 individus âgés de 25 à 70 ans, représentatifs de la population française selon l'INSEE (acheteurs et non acheteurs, consommateurs et non consommateurs). De type baromètre (dans la mesure du possible, reprise des mêmes questions qu'en 1997 et 2009), le questionnaire comporte vingt-cinq questions qui ont été discutées et validées par le comité de pilotage de l'étude.

Analyse des données

Chaque question posée a été croisée avec les variables sociodémographiques de l'échantillon : sexe, âge, CSP, région, et taille du foyer. Mention des croisements significatifs : +++ : données Très Significativement supérieures à la moyenne / --- données TS inférieures ; ++ : Significativement supérieures /-- Significativement inférieures, + : Assez significativement supérieures /- Assez significativement inférieures. Par ailleurs les croisements significatifs entre les différentes questions sont signalés dans le texte.

Conditions de réalisations des enquêtes 2018 et 2009 à prendre en compte pour l'interprétation des résultats

Enquête 2009 : mise en œuvre dans le cadre du travail sur la cartographie des préférences c.à.d. avec des dégustations, une semaine après l'enquête, auprès de 326 interviewés des régions Parisienne, Nantaise et Aixoise, par téléphone, recrutés sur la base des quotas INSEE (sexe, âge, CSP) et de leur consommation au moins occasionnelle d'abricots.

Enquête 2018 : enquête déclarative en ligne, quantitative classique sans dégustation de produit.

Résultats

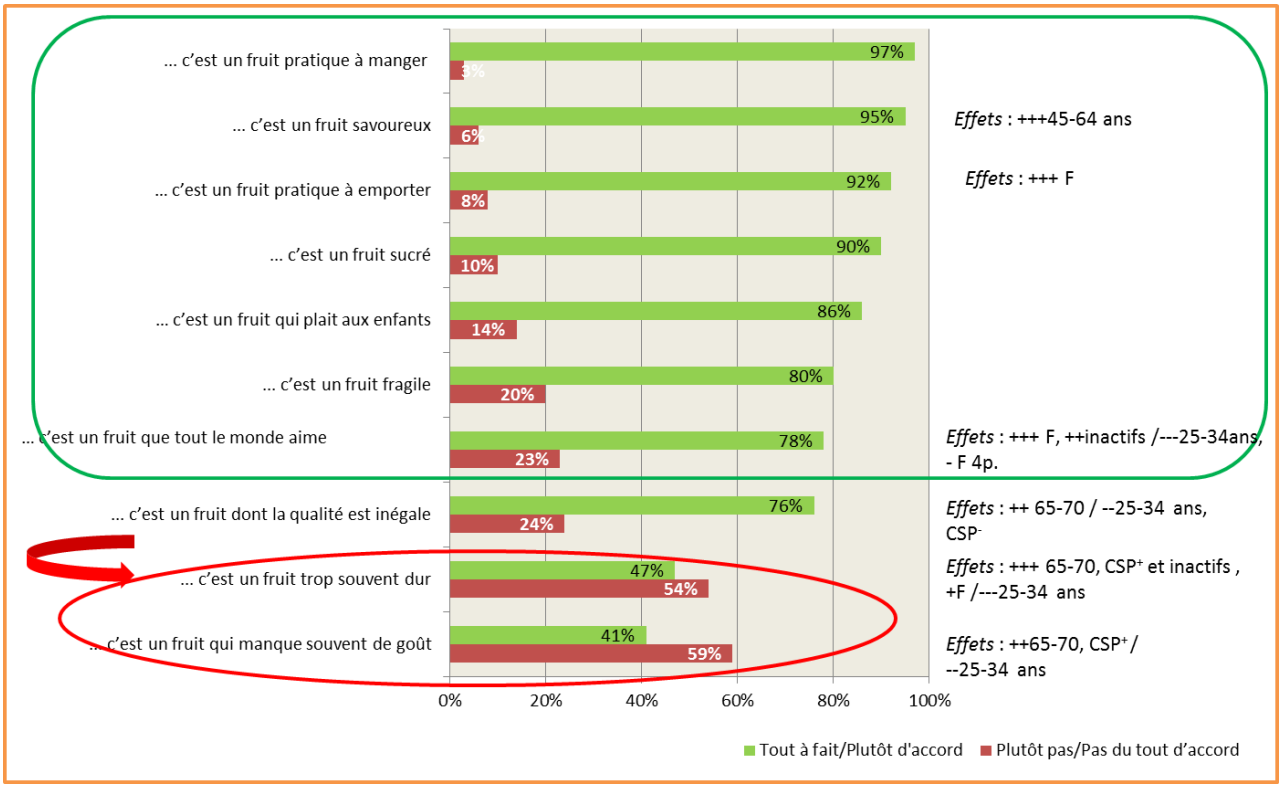
Image, appréciation et connaissance de l'abricot

L'image de l'abricot

Dans l'absolu, l'abricot bénéficie d'une excellente représentation, mais une fois confronté à la réalité de l'offre, sa perception est moins positive. En effet les items tels que « fruit savoureux », « sucré », « pratique à manger », « à emporter », « que tout le monde aime », recueillent une adhésion très élevée (au moins 80% de « Tout à fait d'accord » + « Plutôt d'accord ») ; mais parallèlement , les interviewés ont également un taux d'acquiescement important sur des items moins positifs tels que « qualité inégale » ou « fruit fragile » (de l'ordre de 80 % de « Tout à fait d'accord » + « Plutôt d'accord ») , de même « trop souvent dur » ou « manque souvent de goût » recueillent l'assentiment d'environ quatre interviewés sur dix.

Ainsi si la perception du fruit en lui-même est toujours positive, celle de la qualité de l'offre est moins unanime. On peut signaler que l'item « fruit manquant de goût » enregistre le même score d'adhésion entre l'enquête 2009 et celle de 2019, et que l'item « fruit souvent trop dur » a progressé de 9 points entre 2009 et 2019.

Les classes d'âge et les CSP plus élevées s'avèrent significativement plus critiques que le reste de la population.



L'appréciation globale : l'abricot reste un fruit apprécié par le plus grand nombre

Interrogés plus globalement sur leur appréciation personnelle des abricots, à l'aide de la question « Personnellement, appréciez-vous l'abricot… beaucoup, assez, un peu, pas du tout », la quasi-totalité des enquêtés déclarent l'apprécier « Beaucoup à Assez » ; une proportion d'adeptes plus importante chez les plus de 55 ans que chez les moins de 34 ans (70 % vs 55 % pour les plus jeunes) est enregistrée.

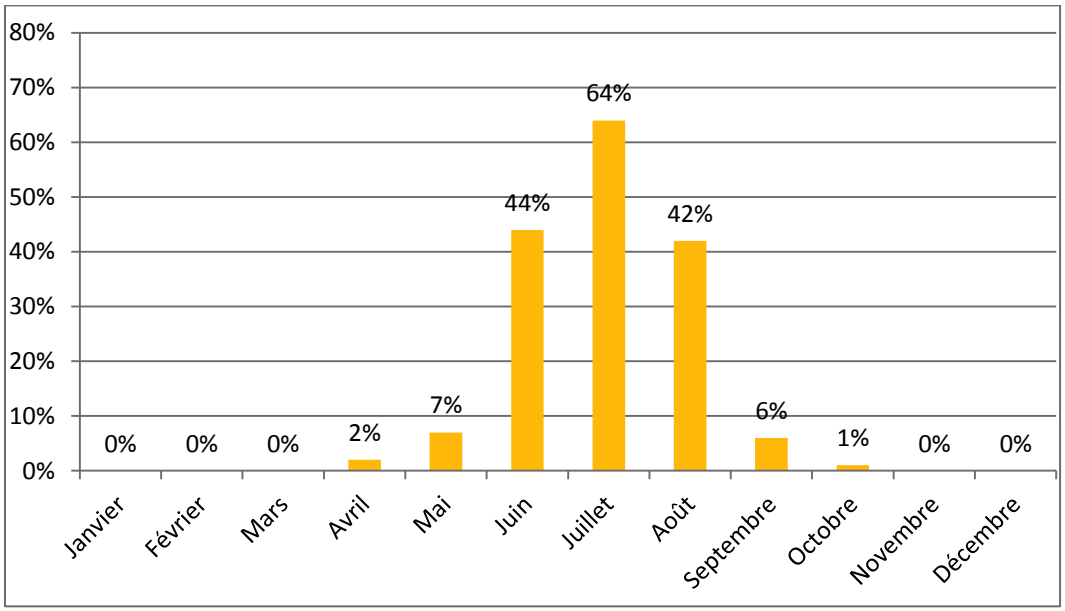
La fraction de ceux qui l'apprécie peu ou pas du tout est voisine de la proportion des non consommateurs.

La saison de l'abricot : s'étale de juin à août pour une très large majorité des répondants

La saison de l'abricot s'étale de juin à août pour une très large majorité des répondants.

Elle peut s'élargir avec les mois de mai et septembre pour une petite proportion de répondants (moins de 10 %). Pour 64 % des interviewés la pleine saison est en juillet. Les moins de 39 ans sont les plus nombreux à répartir la saison de l'abricot sur les 3 mois, de

juin à août tandis que pour les plus âgés elle dure un mois, juillet ou août. Cette saisonnalité telle que perçue par les répondants diffère peu de la répartition des achats du panel Kantar.



La connaissance variétale et des signes officiels de la qualité

En ce qui concerne la connaissance des variétés seulement 3 enquêtés sur 10 se déclarent capables de citer des noms. Parmi les variétés citées en spontané le Bergeron et le Rouge du Roussillon pèsent chacun 30% du nombre de citations. Quatorze autres variétés sont nommées, et parmi les plus fréquentes, Orangered, Lambertin, Orangé de Provence respectivement à hauteur de 7 à 4 % du nombre global de citations, Bergarouge, Goldrich, Luizet, Polonais par à peine 2 %.

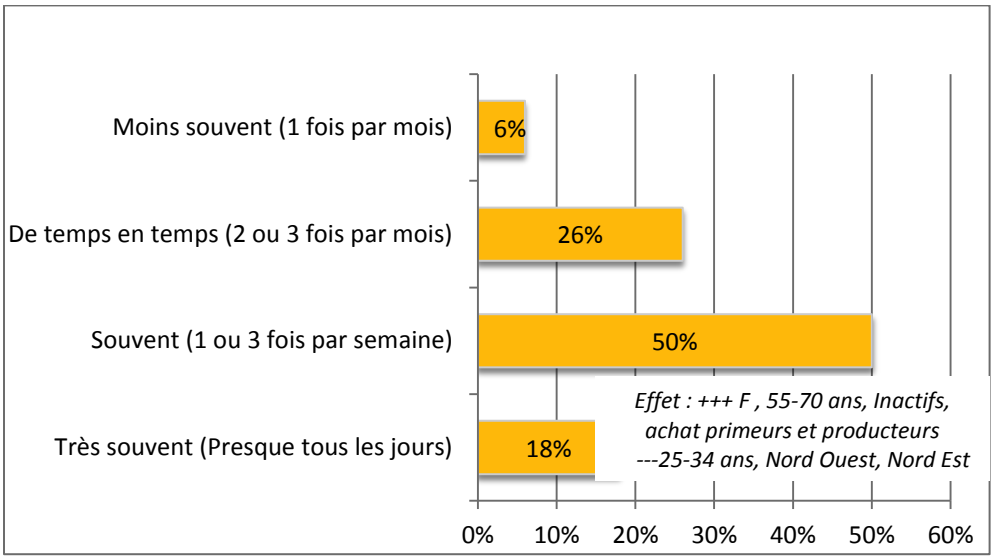
En matière de connaissance des signes de qualité, en notoriété assistée, l'appellation d'origine protégée Rouge du Roussillon est déclarée connue par près de 50% des interviewés et 30 % pour le Label Rouge Bergeron. Enfin à peine 1 % déclare connaître d'autres signes de qualité

Modalités de consommation

Une fréquence de consommation plutôt régulière

La fréquence de consommation varie entre 1 à 3 fois par semaine pour la moitié des répondants (on les qualifiera par la suite de « consommateurs assidus »). Cette assiduité de consommation peut être plus élevée (1 fois par semaine) pour un répondant sur cinq ou moindre pour 1/3 d'entre eux (1 à 3 fois par mois ; par la suite on qualifiera ces derniers de « consommateurs occasionnels »). La relation entre lieux d'achat et fréquence d'achat de l'abricot est très significative à significative : ceux qui en consomment le plus souvent achètent les abricots plus fréquemment chez les primeurs (79 %) ou chez les producteurs (82 %) ; les consommateurs occasionnels sont plus nombreux que les précédents à les acheter en hyper ou super (60 %).

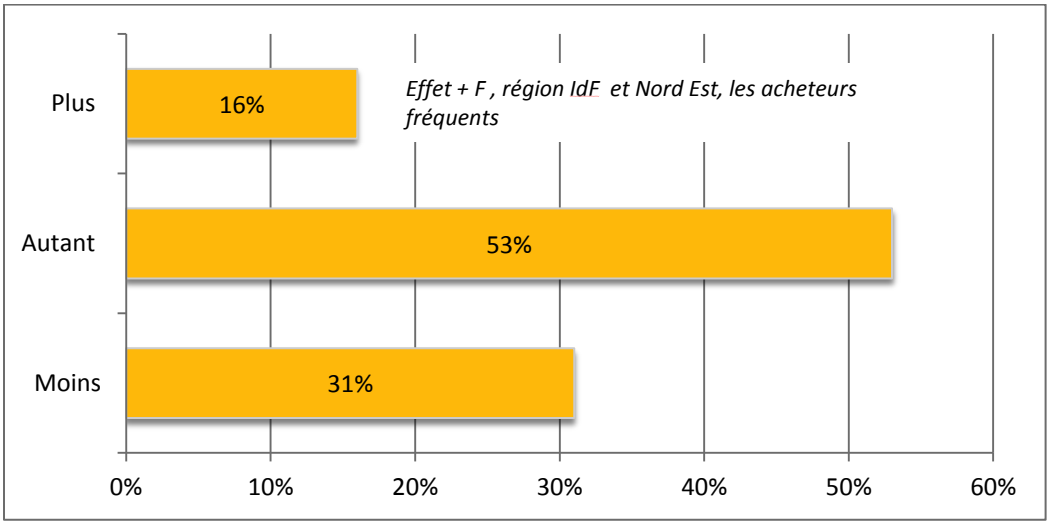
« Pendant la saison des abricots, à quelle fréquence consommez-vous personnellement de l'abricot ? »



Une consommation déclarée qui ne fléchit pas

Près de 70 % des répondants estiment consommer autant ou plus d'abricot, qu'il y a 3 ou 4 ans. Parmi eux 16 % déclarent même en consommer plus. Ces données sont proches de celles de 2009, hormis pour ceux qui déclarent en consommer moins, qui étaient alors un peu plus nombreux : 39% contre 31 % en 2018.

« Avez-vous l'impression que dans votre foyer, on consomme actuellement plus, autant ou moins d'abricots qu'il y a 3 ou 4 ans ?»



Les consommateurs assidus, tout comme les plus occasionnels, achètent, pour une courte majorité autant qu'il y a 3-4 ans ; en revanche les premiers sont beaucoup plus nombreux (20%) à déclarer en acheter plus souvent qu'il y a 3-4 ans que les occasionnels (8%).

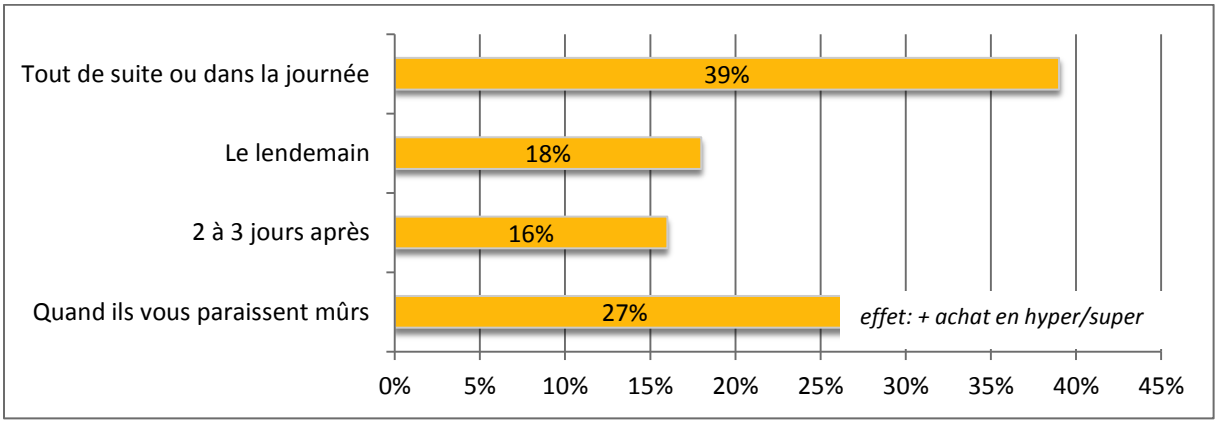
Parmi les consommateurs les plus assidus, on retrouve en toute logique, les sur acheteurs d'abricots identifiés comme tels, à savoir les femmes, les plus de 55 ans, les inactifs (retraités) et ceux qui achètent chez les primeurs et les producteurs.

Une consommation rapide après l'achat … si possible

Après l'achat, les abricots se consomment généralement tout de suite, dans la journée ou le lendemain (près de 60 % des répondants). Mais près de trois répondants sur dix déclarent attendre qu'ils murissent avant de les consommer (idem en 2009). L'abricot en cela semble faire l'objet d'une consommation quasi immédiate, à la condition qu'ils soient perçus comme mûrs.

Les interviewés déclarant acheter principalement en hyper/super sont significativement plus nombreux que ceux achetant dans les autres lieux d'achat (32 % vs 27 % en moyenne), à attendre que « les abricots paraissent mûrs » pour les consommer.

« Quand vous achetez des abricots, est-ce que vous les mangez principalement… »

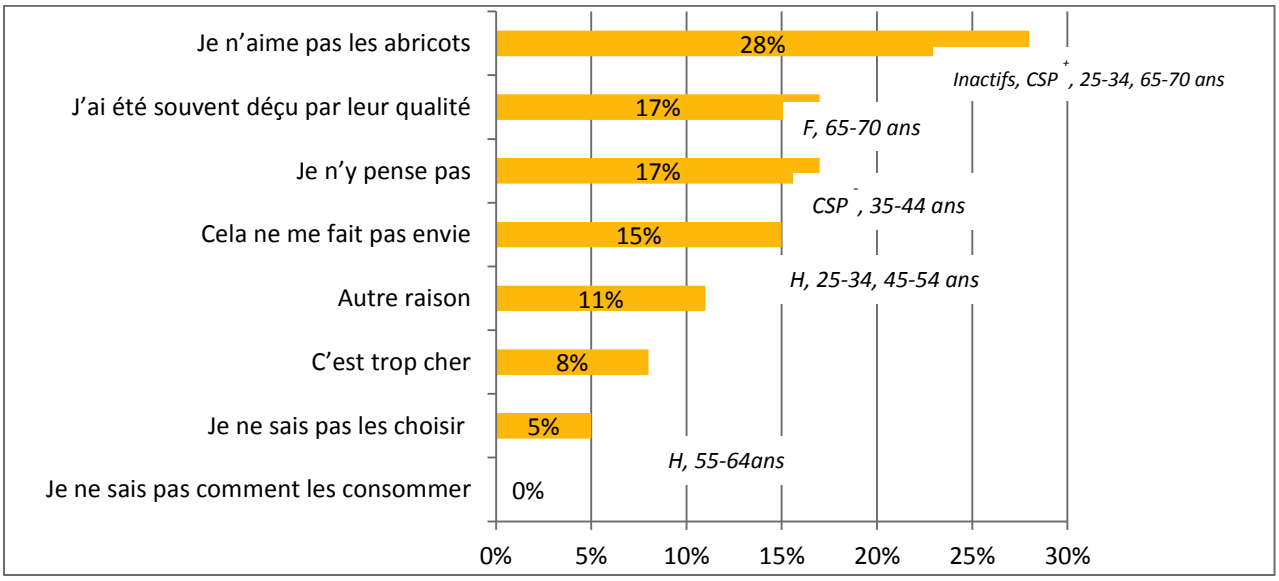


Les non consommateurs

La part des non consommateurs apparaît très faible puisque les répondants sont 94 % à déclarer en consommer.

La principale raison, citée par près d'1/3 des non consommateurs, est de ne pas aimer l'abricot ; une raison, loin devant les autres motifs : « déçu par la qualité », « ne pas y penser » ou « ne pas avoir envie », cités chacun par environ 15 % des non consommateurs.

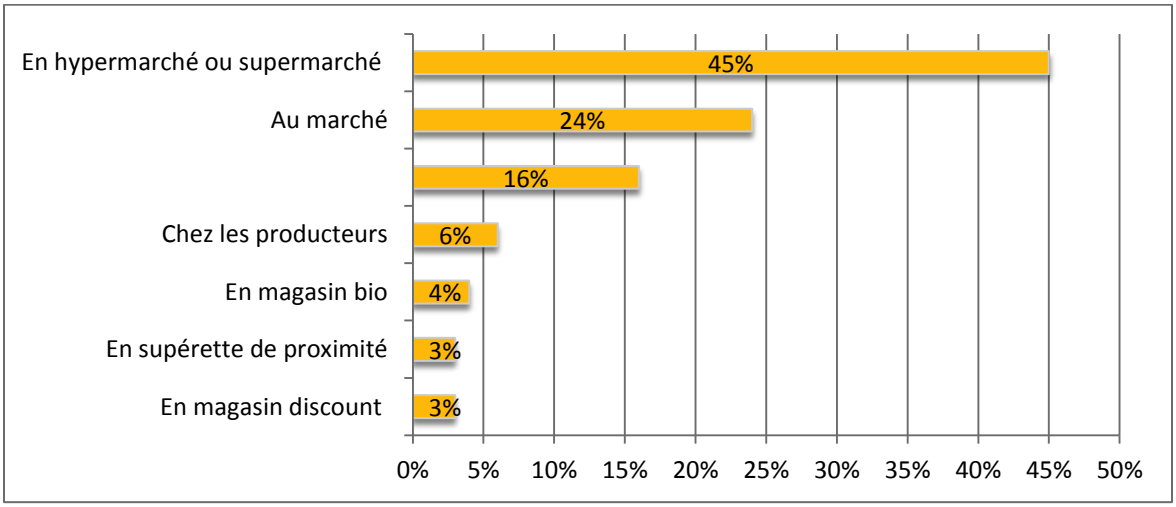
« Pour quelle(s) raison(s) n'en consommez-vous pas ? » raison principale



Modalités d'achat

Les Lieux d'achat déclarés

La répartition selon les lieux d'achat déclarés diffère un peu de celle fournie par le panel Kantar. En effet la part des circuits traditionnels et en particulier celle des producteurs apparaît nettement plus importante[22].



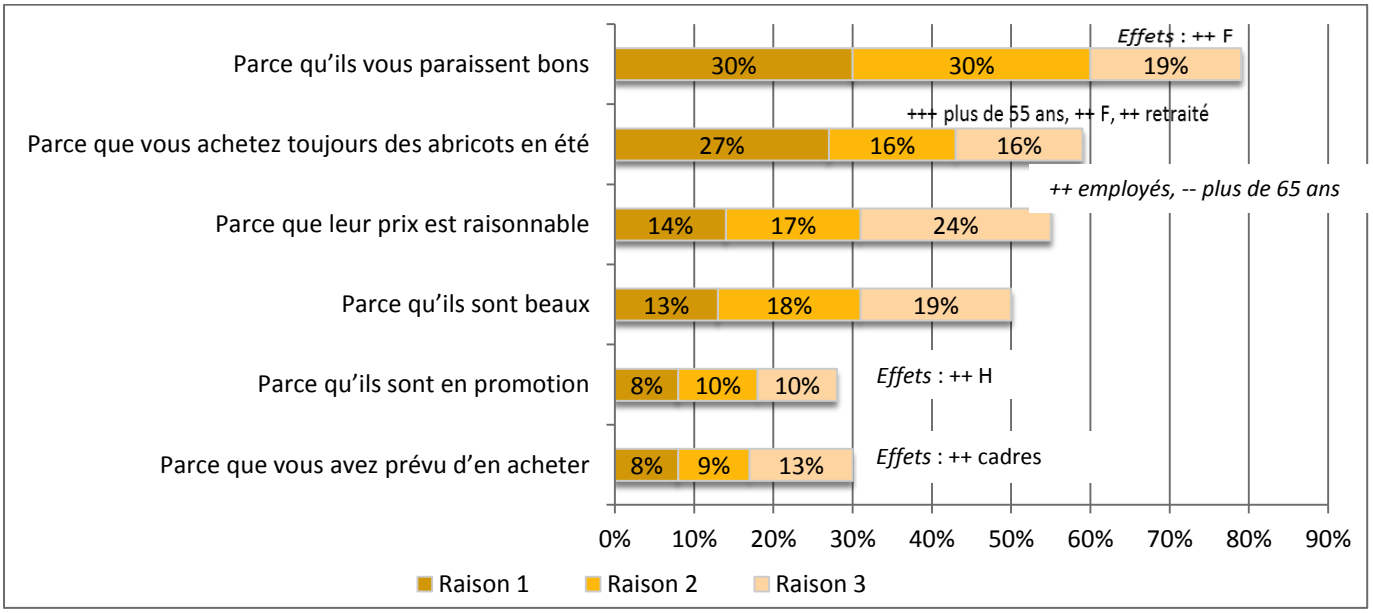
[22] D'après Kantar le ratio entre circuits généraliste et traditionnel est de l'ordre de 62 % et 38 % contre 51 % et 39 % d'après l'enquête 2018 abricot.

Les raisons d'achat

La promesse d'un fruit appétissant l'emporte de loin sur les autres items. « Parce que les abricots paraissent bons » est la motivation principale d'achat (Raison 1) partagée par près d'1/3 des répondants qu'ils soient acheteurs fréquents ou occasionnels. C'est donc la promesse d'un fruit appétissant (« parce qu'ils paraissent bons ») qui l'emporte de loin suivie par le fait d'être dans la saison. Le prix ou le bel aspect des fruits sont moins plébiscités puisque seulement retenus en raison principale par moins de deux acheteurs sur dix. Le bon l'emporte sur le beau. L'abricot est un fruit incontournable de la saison estivale (significativement plus notable chez les plus de 55 ans, les femmes et les retraités) qui répond plutôt à un achat d'impulsion qu'à un achat raisonné (moins d'un acheteur sur dix en achète « parce qu'il a prévu d'en acheter » ou « parce qu'ils sont en promotion »). L'effet prix apparaît plus important auprès des plus jeunes et des CSP moins aisées. Pour les consommateurs occasionnels ce sont à la fois, les motivations « prix raisonnable » (19 % vs 12 % consommateurs assidus) et « promotion » (13 % vs 5 % assidus) qui sont significativement plus citées comme raison d'achat que par les consommateurs assidus.

Les répondants qui achètent principalement leurs abricots en hyper/super ou en discount, sont très significativement plus nombreux à déclarer être motivés (raisons 1 + 2 + 3) par le fait qu'ils sont en promotion (respectivement 33 à 59 %) contre moins de 30 % pour l'ensemble des répondants. A l'inverse ceux qui achètent principalement dans les magasins bio et dans les circuits traditionnels (marché et magasin spécialisé), déclarent très significativement y être moins intéressés (3 % et 16 %). Globalement, la hiérarchie des raisons d'achat est identique à celle de 2009.

« Quelles sont raisons pour lesquelles vous achetez des abricots ? »



Les critères de choix sur le rayon

Interrogés sur les critères de choix de l'abricot face au rayon, la couleur reste, tout comme en 2009, le critère de choix prépondérant (en cumul des réponses de ceux qui la citent en premier,

deuxième et troisième choix) pour un peu plus de 7 répondants sur 10 ; elle est cependant talonnée par la provenance, la fermeté et le prix qui sont tous autant cités que la couleur comme premier critère de choix sur le rayon pour environ 1/4 des répondants.

La mobilisation de ces multiples critères de choix souligne combien les acheteurs manquent d'un repère fiable, unique qui pourrait les orienter pour choisir leur abricot.

Si le prix est une dimension de l'acte d'achat incontournable qui ne concerne pas spécifiquement l'abricot, sa prise en compte reste différenciée selon le type d'acheteurs : pour près d'1/3 des consommateurs occasionnels, il est le premier critère de choix tandis qu'il ne l'est que pour 17% pour les consommateurs assidus. Les autres critères de choix sont ensuite hiérarchisés de la même manière quelle que soit la fréquence d'achat.

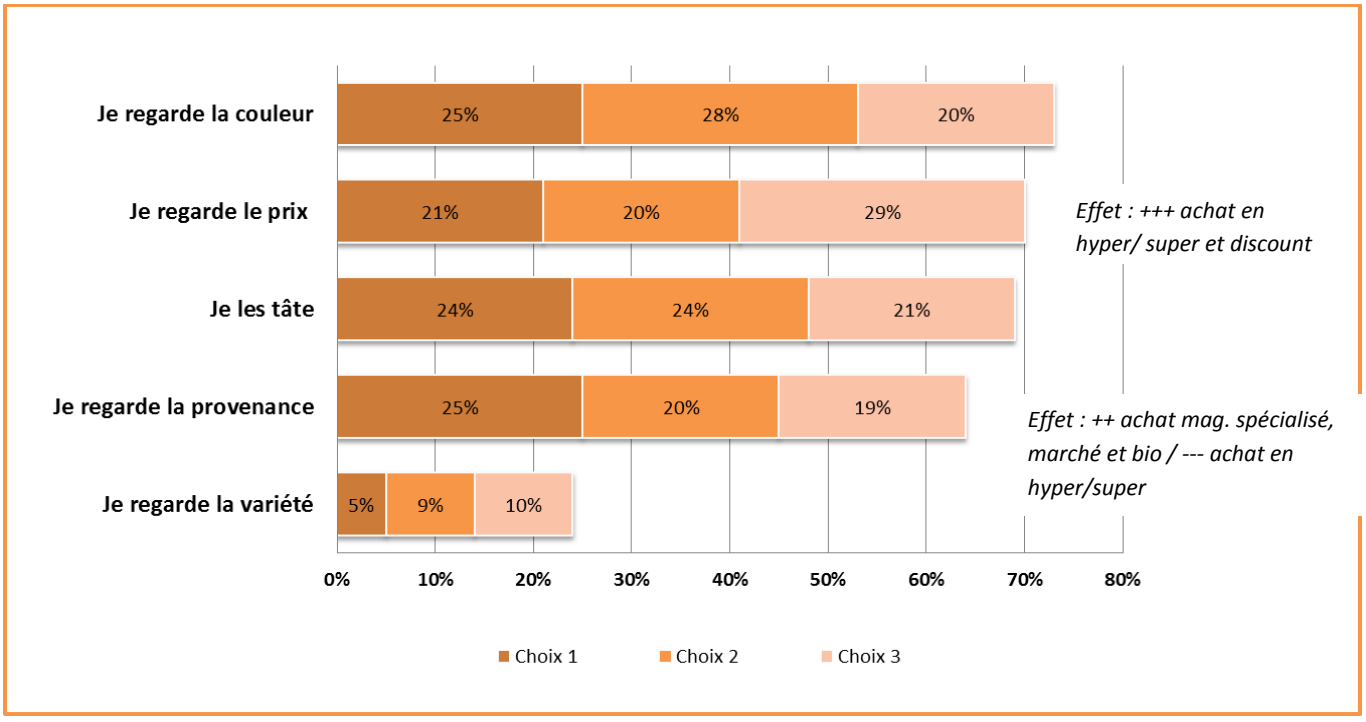
Il existe également une liaison très significative entre les lieux d'achat et les critères de choix en rayon : les interviewés qui achètent principalement leurs abricots dans les marchés et magasins spécialisés, et les magasins bio, sont très significativement à significativement plus nombreux à déclarer (cumul des raisons 1+2+3) que la provenance est un critère de choix important pour eux (86 et 65 % contre 59 % en moyenne sur l'ensemble des répondants). A l'inverse de ceux qui achètent en hyper et supermarché qui sont très significativement moins nombreux (53%) à y prêter attention.

En ce qui concerne le prix, ce sont ceux qui achètent principalement en hyper, supermarché et discount qui sont très significativement plus nombreux à le classer en critère de choix (71% vs 64% en moyenne).

Ainsi on retrouve parmi la hiérarchie des critères de choix établie par les interviewés, des différences en cohérence avec les motivations des acheteurs des différents circuits d'achat.

L'intérêt pour la provenance s'est développé ces dernières années ; ainsi en 2009, elle ne motivait que 15% des répondants comme premier critère de choix contre 25 % en 2018.

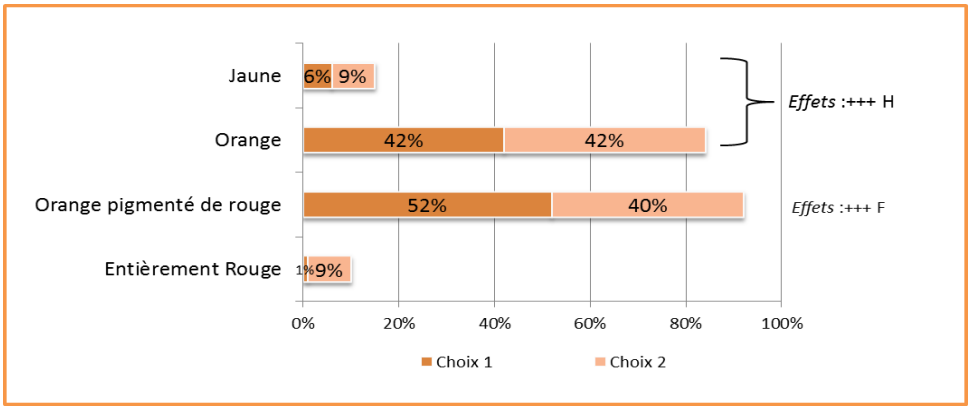
« Comment choisissez-vous vos abricots ? »



Une couleur orange pigmentée de rouge reste la couleur, déclarée, préférée

La coloration préférée des interviewés, parmi les choix proposés, est l'orange ou l'orange pigmenté de rouge. Ces couleurs sont pour eux promesses de fruits bons, de fruits mûrs. Les autres couleurs, jaune et rouges sont moins plébiscitées. L'absence d'appétence pour la coloration rouge est notable : à peine 1% choisirait un abricot de cette couleur en premier choix. Ces préférences sont sans doute à mettre en relation avec l'offre actuelle disponible sur les étals.

« Si j'ai le choix, je choisis de préférence des abricots : »

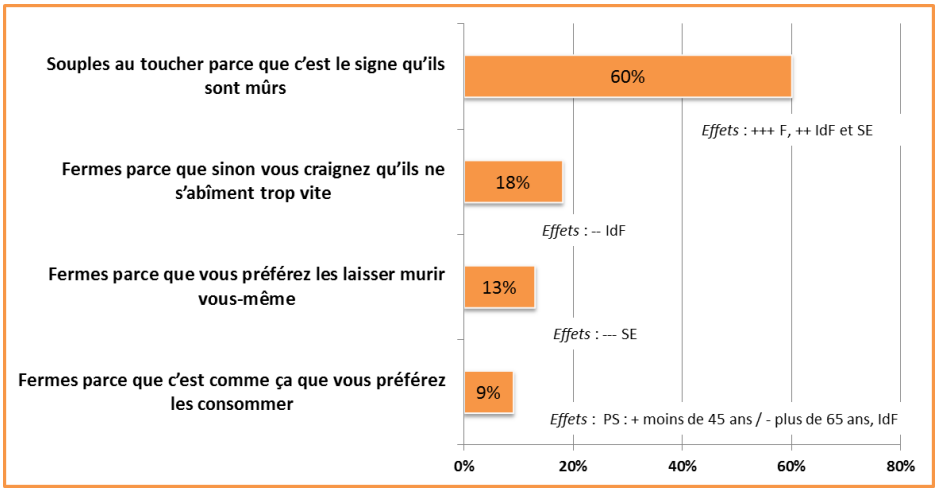


Une préférence très majoritaire pour les fruits souples

Près des 2/3 des interviewés choisissent comme en 2009, des abricots souples au toucher parce qu'ils sont mûrs. Ils sont nettement moins nombreux à acheter des abricots un peu fermes car ils craignent sinon que les abricots s'abîment trop vite ou pour les laisser mûrir chez eux. Le choix d'abricots fermes par préférence gustative ne concerne que 9 % des répondants (vs 13 % en 2009).

Les interviewés qui se déclarent non satisfaits de la maturité des abricots vendus dans le commerce, sont plus nombreux à rechercher, de manière très significative, des fruits souples au toucher pour être sûrs qu'ils soient mûrs. (60 % contre 40 % pour les satisfaits de la maturité). A l'opposé, parmi les interviewés qui déclarent choisir des abricots fermes parce qu'ils préfèrent les consommer ainsi, les ¾ sont satisfaits de la maturité des abricots du commerce.

« Je choisis de préférence des abricots : »



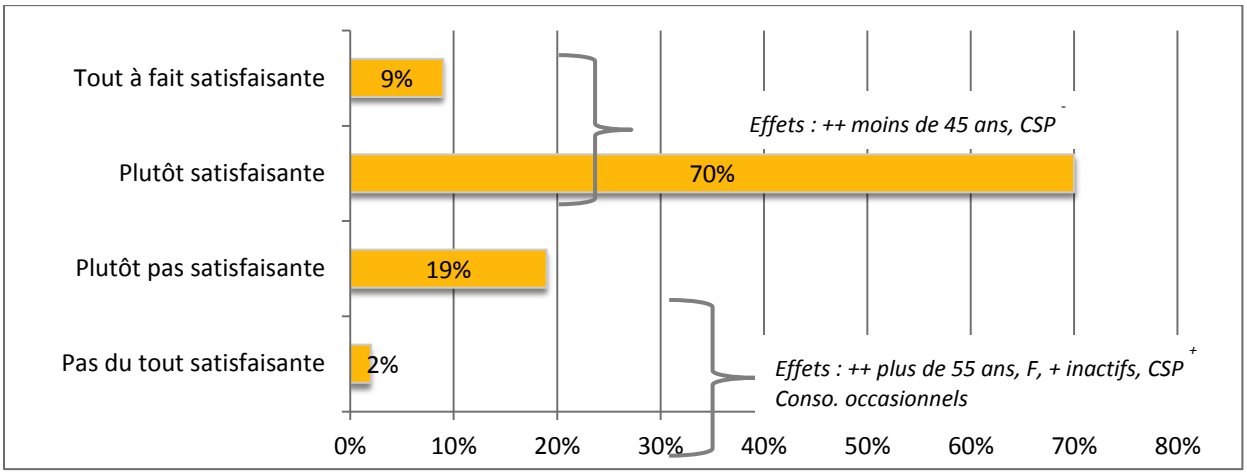
Qualité et Maturité

L'appréciation de la qualité

Globalement, une très large majorité des interviewés (80 % vs 84 % en 2009) estiment la qualité satisfaisante. Plus de ¾ d'entre eux (idem 2009) toutefois, se rangent dans les « plutôt » et non pas dans les « tout à fait » satisfait. Le satisfécit demeure donc modéré. Un interviewé sur cinq ne se satisfait pas de la qualité de l'abricot. Les plus âgés, les femmes et les CSP aisées sont surreprésentés parmi la catégorie des moins satisfaits. A l'inverse, les plus jeunes et CSP modestes sont plus enclins que la moyenne à se satisfaire de la qualité de l'abricot.

Les consommateurs occasionnels sont significativement moins satisfaits de la qualité que les consommateurs assidus.

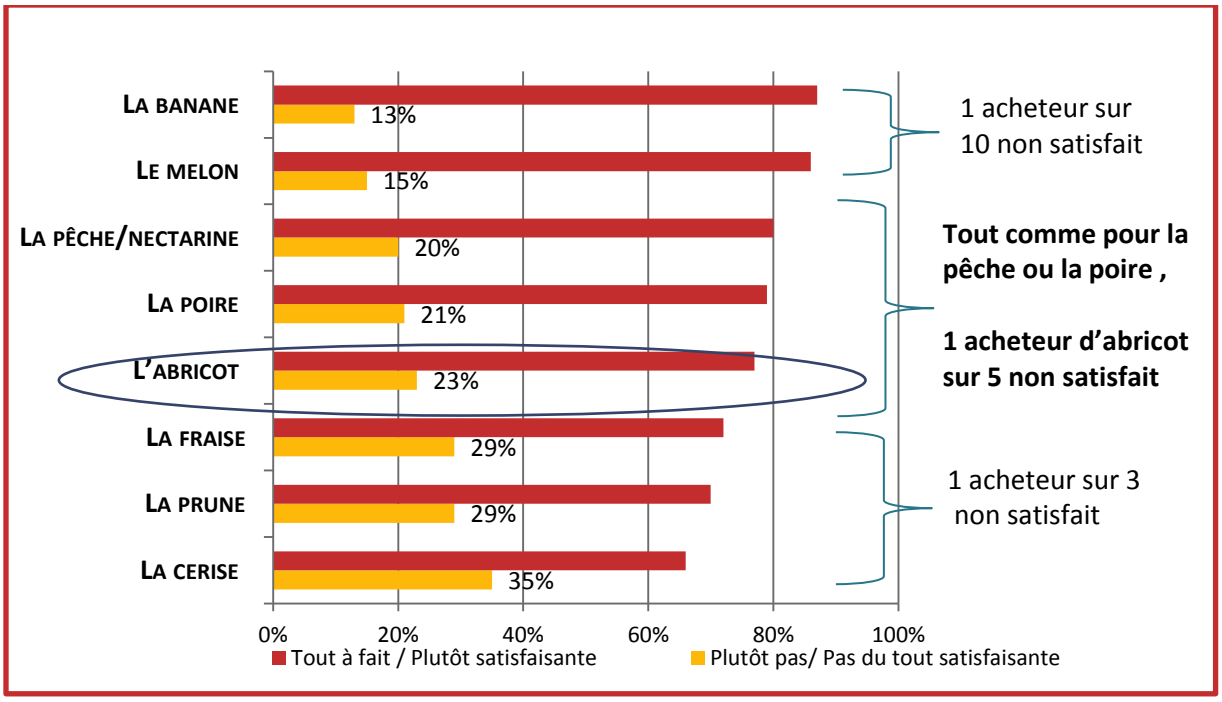
« La qualité des abricots que vous achetez est, en général… »



La qualité de l'offre abricot comparée à celle des autres fruits

Afin de positionner la perception de la qualité de l'offre de l'abricot parmi celle d'une gamme de fruits disponibles en rayon, il a été demandé aux interviewés de qualifier chacune à l'aide de la question « *Pour chacun des fruits ci-dessous, dites si vous trouvez la qualité de l'offre tout à fait satisfaisante, plutôt…, plutôt pas … ou pas du tout …* ». Lors de cette comparaison l'appréciation de la qualité de l'offre distingue 3 groupes de produits recueillant des niveaux de satisfaction différents.

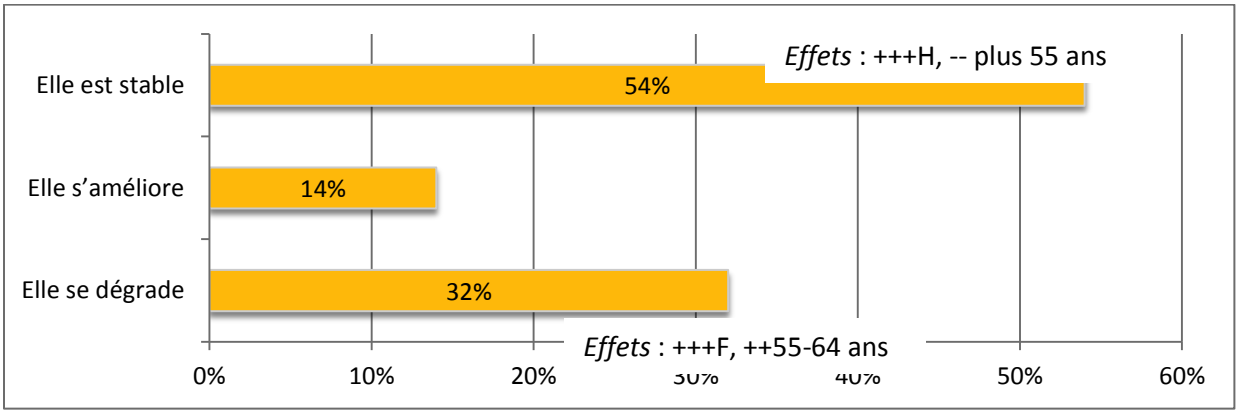
L'abricot se positionne de façon intermédiaire entre des fruits à l'offre très standardisée (ex. banane, ou melon) pour lesquels il semble y avoir peu de mécontents (seulement un acheteur sur dix non satisfait) et des fruits générant plus d'insatisfaits soit parce que plus fragiles tels que les fraises, ou les cerises soit avec une qualité d'offre plus hétérogène telle que celle des prunes (un acheteur sur trois non satisfait). Pour l'abricot, à l'instar de la pêche ou de la poire, un acheteur sur cinq n'est pas satisfait de l'offre.



L'appréciation de l'évolution de la qualité depuis trois/ quatre ans

Cette qualité est jugée stable pour une courte majorité des interviewés (54 %). Au contraire, un tiers considère, tout comme en 2009, qu'elle se dégrade. Les femmes et les classes d'âges de 55 à 64 ans sont plus nombreuses que la moyenne parmi ce dernier groupe.

« Comment considérez-vous la qualité de l'abricot par rapport à celle d'il y a 3 ou 4 ans ? »



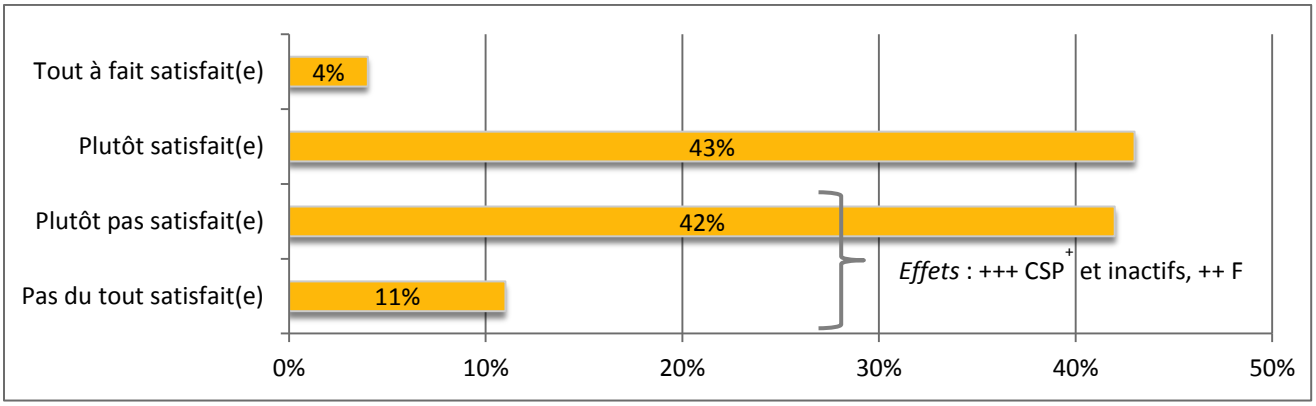
C'est en toute logique, parmi la faible minorité à considérer que la qualité s'améliore, que l'on retrouve très significativement le plus grand nombre de répondants à déclarer qu'ils en consomment plus (36 % contre 7 % pour ceux qui estiment qu'elle se dégrade). A l'opposé, parmi les 32 % qui considèrent que la qualité s'est dégradée depuis ¾ ans, six consommateurs sur dix déclarent en consommer moins.

Les consommateurs assidus sont significativement plus nombreux à trouver que la qualité des abricots s'est amélioré par rapport à il y a 3-4 ans (17 % vs 9 % pour les consommateurs occasionnels).

L'appréciation de la maturité : toujours insuffisante

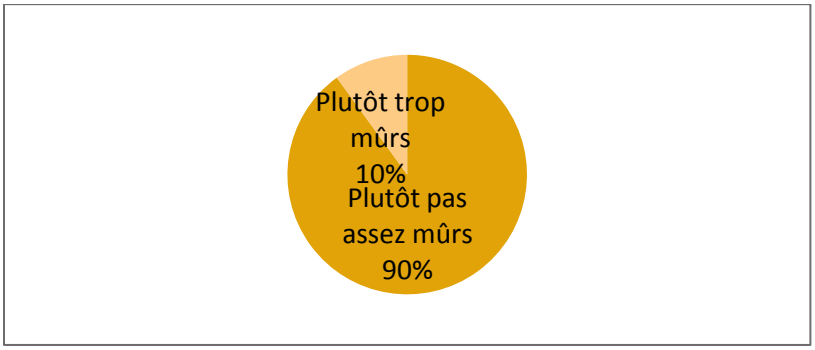
L'appréciation de la maturité de l'abricot partage les interviewés. Une courte majorité (53 %) considère la maturité non satisfaisante (cumul « Pas du tout » et « Plutôt pas ») et parmi eux 11 % n'en sont pas du tout satisfaits. Cette insatisfaction semble avoir augmentée depuis 2009 (41 % cumul « Pas du tout » et « Plutôt pas »). Cette insatisfaction vient essentiellement de fruits jugés pas assez mûrs et est sans lien avec le lieu fréquenté pour les achats d'abricot.

« En ce qui concerne la maturité des abricots vendus dans le commerce, êtes-vous, en général … »



Encore une fois les classes d'âges élevées et les CSP aisées sont surreprésentées parmi les personnes qui ne satisfont pas de la maturité à cause de fruits cueillis trop tôt.

« Expliquez la raison de votre non satisfaction : c'est parce que vous les trouvez… »



Il y a un lien très significatif entre l'appréciation de la maturité et le choix de la fermeté des fruits sur le rayon : 60 % des répondants qui choisissent « des abricots souples au toucher parce que c'est le signe qu'ils sont mûrs » sont très significativement plus nombreux à être non satisfaits de la maturité des abricots, contre 37 % en moyenne pour les autres répondants.

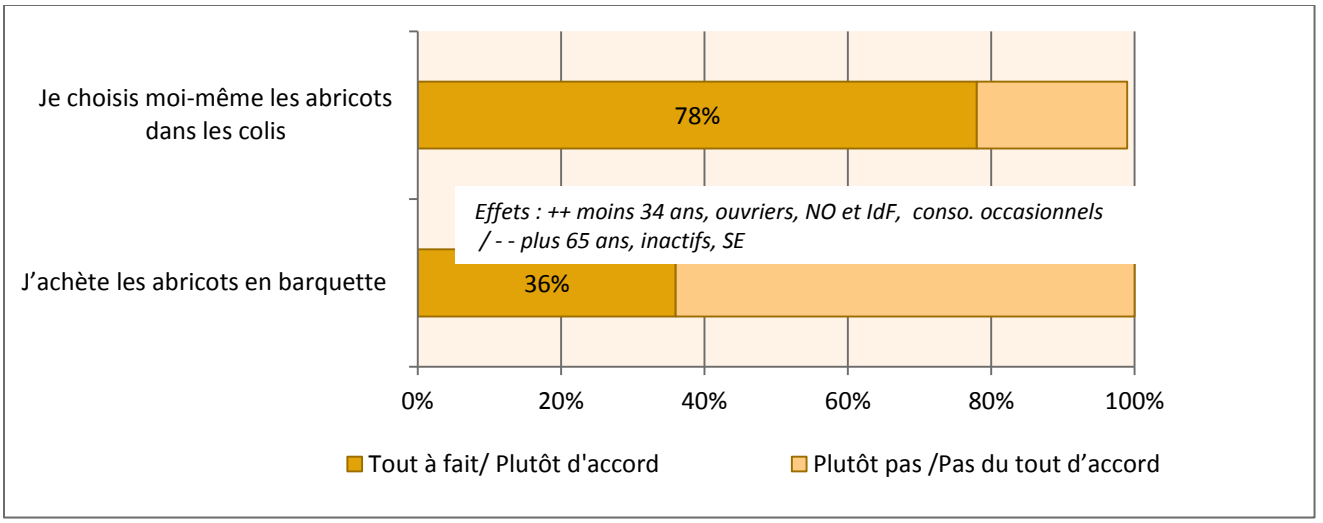
Le choix des conditionnements

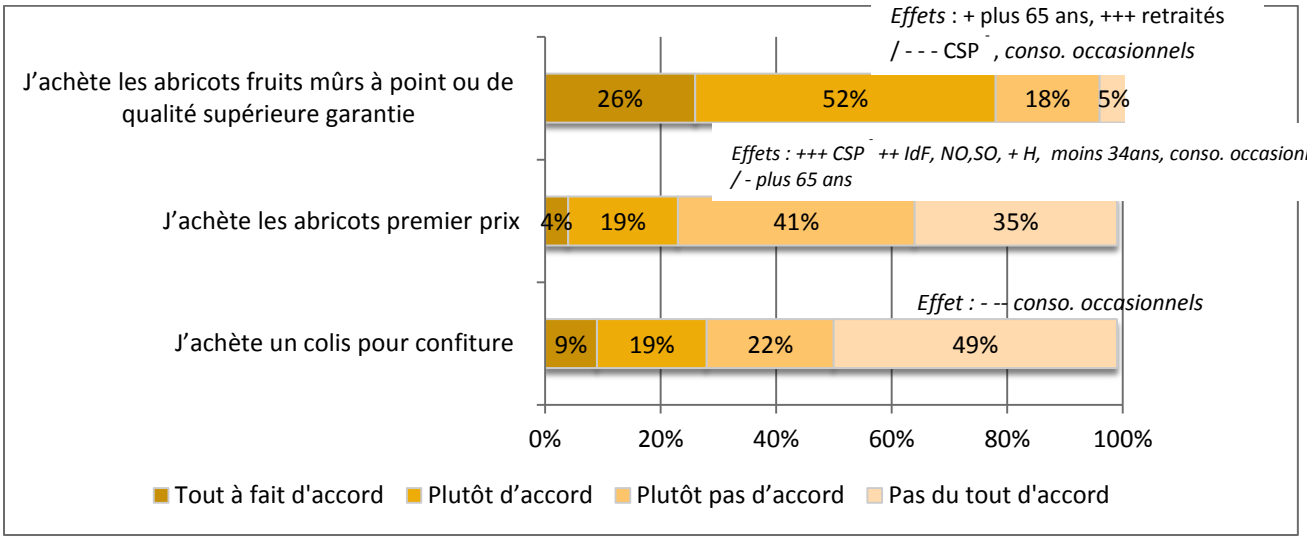
On observe une préférence déclarée pour les abricots en vrac et de qualité supérieure mais clivée selon, l'âge, la région et la CSP. Près de 8 répondants sur 10 déclarent acheter leurs abricots en vrac ce qui correspond globalement aux achats enregistrés par le panel Kantar. Ceux

qui déclarent « l'acheter en barquette » sont sur représentés chez les moins de 34 ans, les ouvriers, les habitants du Nord-Ouest et d'ile de France ainsi que parmi les consommateurs occasionnels. C'est également le même public qui déclare acheter « des abricots premier prix ». Cette observation est à rapprocher du prix de vente moyen des abricots en UVC relevé dans le panel Kantar, de l'ordre de 40 à 50 centimes d'euros moins élevé que le vrac.

Face à différentes options d'achat proposées, une forte proportion d'interviewés se déclare intéressée (et/ou achète) par des abricots mûrs à point ou de qualité supérieure garantie. Cet avis est significativement plus partagé par les retraités, les plus de 65 ans et significativement moins par les CSP modestes. A l'opposé les colis pour confiture semblent ne recueillir l'adhésion que moins d'un tiers des interviewés (cumul Tout à fait et Plutôt d'accord).

« Parmi les options d'achat suivantes, dites pour chacune d'entre elles, si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord. »



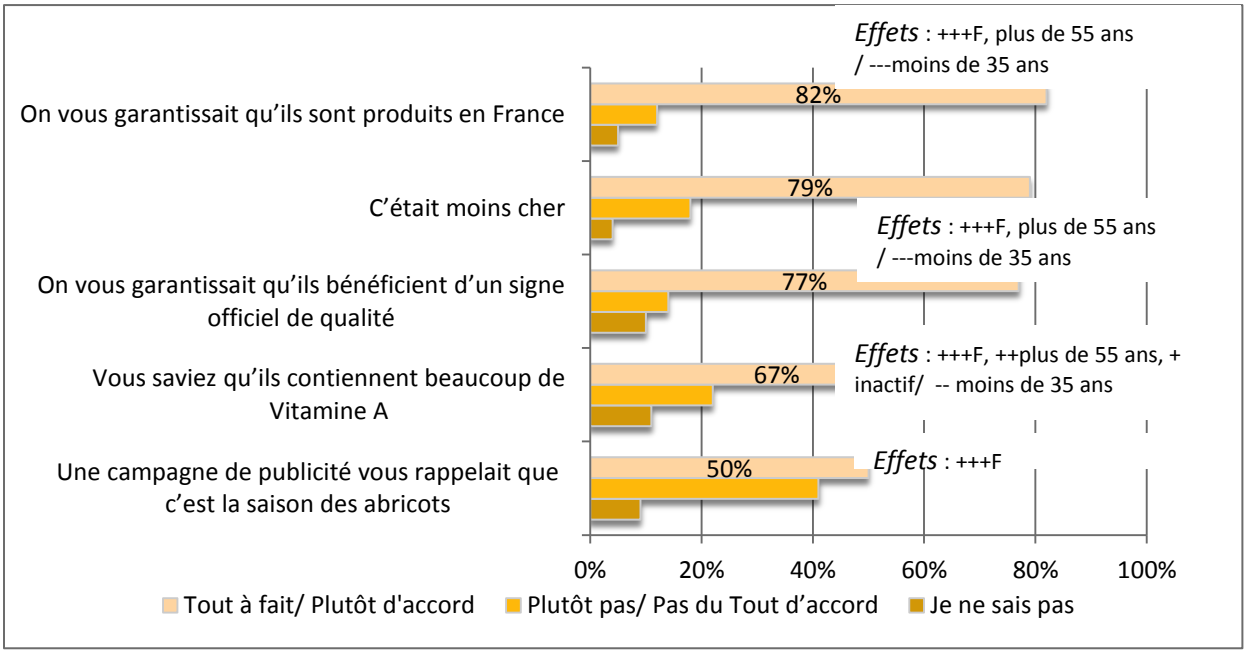


Les leviers de consommation

Origine France, prix moindre et SIQO sont choisis par les interviewés

Il n'apparaît pas dans cette hiérarchie de levier de consommation une spécificité propre à l'abricot. La préférence nationale constitue une sensibilité assez récente chez les français qui étaient à ce sujet plutôt à la traine par rapport à d'autres pays comme le Royaume Uni. Les consommateurs semblent avoir intégré que leurs achats consolident le tissu économique national et donc plus ou moins directement leurs emplois. La promotion fait plus débat. Certains se refusent à admettre qu'elle fait vendre. C'est aussi sans doute là, une difficulté des consommateurs à reconnaître qu'ils peuvent être influencés dans leurs achats.

« En consommeriez-vous plus souvent si : »



Ces différentes propositions de levier de consommation s'avèrent susceptibles de « booster » la consommation des acheteurs fréquents. Cela semble beaucoup moins intéresser les acheteurs occasionnels, hormis pour, en premier lieu, « un prix moindre » et dans une moindre mesure si « produits en France », leviers que les deux profils d'acheteurs qualifient avec la même importance.

Conclusion

Tout le monde ou presque aime et consomme de l'abricot. Au fil des années, sa bonne image dans l'absolu reste très positive et sa qualité globalement appréciée. En revanche, les avis apparaissent nettement plus partagés sur toutes les questions de fermeté des fruits sur le rayon et de maturité. Pour une consommation immédiate, les fruits ne conviennent qu'à une très faible proportion de consommateurs qui les apprécie fermes. Les personnes les plus critiques s'avèrent très fréquemment les plus gros consommateurs de fruits et d'abricot en particulier, à savoir : les femmes, les retraités et les CSP supérieures. Deux types de consommateur ont été identifiés au travers de cette enquête : un consommateur « éclairé » (amateur d'abricot) et acheteur fréquent plutôt insatisfait de la qualité de l'offre actuelle et un consommateur moins adepte, acheteur plus occasionnel, qui attend un prix moindre et des promotions.

Ces résultats comparativement aux précédents baromètres ne semblent pas montrer de profondes modifications dans la perception des consommateurs à l'égard de l'offre d'abricot et de sa qualité en particulier. Le hiatus enregistré entre l'image très positive du produit et l'incertitude de la qualité trouvée en rayon doit cependant chercher à être comblé par les différents acteurs de la filière avant qu'il ne soit susceptible d'intervenir sur les achats.

Annexes

QUESTIONNAIRE ENQUETE ABRICOT 2018

Q 1 Sur le calendrier ci-dessous, indiquez quelle est pour vous la saison de l'abricot en cochant les mois correspondants à cette saison

Janv. Fevr. Mars Avril Mai Juin Juillet Août Sept. Oct. Nov. Déc.

Q 2 Voici un certain nombre d'affirmations concernant les abricots. Pour chacune d'elles, dites si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord. (1 réponse par ligne)

L'abricot...	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord
... c'est un fruit sucré				
... c'est un fruit trop souvent dur				
... c'est un fruit savoureux				
... c'est un fruit dont la qualité est inégale				
… c'est un fruit que tout le monde aime				
... c'est un fruit qui manque souvent de goût				
... c'est un fruit fragile				
… c'est un fruit qui plait aux enfants				
... c'est un fruit pratique à manger				
… c'est un fruit pratique à emporter				

Q 3 Personnellement, appréciez-vous l'abricot...

Beaucoup	Assez	Un peu	Pas du tout

Q4 : pouvez-vous donner des noms d'abricots ?

- Oui - Lesquels : ?
- Non

Q 5 Connaissez-vous les signes officiels de qualité suivants ?

- Le label rouge pour l'abricot Bergeron de la Vallée du Rhône : oui/ non
- L'appellation d'origine contrôlée/protégée (AOC/ AOP) Rouge du Roussillon : oui/non
- Autres : oui/ non si oui les citer

Q 6 Personnellement consommez-vous des abricots ?

Oui *Aller à Q 7*

Non *Aller à Q 8*

Q 7 Pendant la saison des abricots, avec quelle fréquence consommez-vous personnellement de l'abricot ?

Très souvent (Presque tous les jours)	
Souvent (1 ou 3 fois par semaine)	

De temps en temps (2 ou 3 fois par mois)	
Moins souvent (1 fois par mois)	

Q 8 Pour quelle raison n'en consommez-vous pas ? (Classer par ordre d'importance 1 à **3** critères parmi les propositions suivantes)

Je n'aime pas les abricots	
Je n'y pense pas	
Je ne sais pas les choisir	
Cà ne me fait pas envie	
Je ne sais pas comment les consommer	
C'est trop cher	
J'ai été souvent déçu par leur qualité	

Q 9 Avez-vous l'impression que dans votre foyer, on consomme actuellement plus, autant ou moins d'abricots qu'il y a 3 ou 4 ans ?

Plus qu'il y a 3 ou 4 ans	
Autant qu'il y a 3 ou 4 ans	
Moins qu'il y a 3 ou 4 ans	

Q 10 En consommeriez-vous plus souvent si : (1 réponse par ligne)

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord	Je ne sais pas
Vous saviez qu'ils contiennent beaucoup de Vitamine A					
C'était moins cher					
On vous garantissait qu'ils sont produits en FRANCE					
On vous garantissait qu'ils bénéficient d'un signe officiel de qualité					
Une campagne de publicité vous rappelait que c'est la saison des abricots					

Q 11 Pour chacun des fruits ci-dessous, dites si vous trouvez la qualité de l'offre tout à fait satisfaisante, plutôt satisfaisante, plutôt pas satisfaisante ou pas du tout satisfaisante (1 réponse par ligne)

	Tout à fait satisfaisante	Plutôt satisfaisante	Plutôt pas satisfaisante	Pas du tout satisfaisante
La fraise				
La cerise				
Le melon				
L'Abricot				
La pêche/nectarine				
La Prune				

La Poire				
La banane				

Q12 Comment considérez-vous la qualité de l'abricot par rapport à celle d'il y a 3 ou 4 ans ?

Elle est stable	
Elle s'améliore	
Elle se dégrade	

Q 13 Et en ce qui concerne la maturité des abricots vendus dans le commerce, êtes-vous, en général …

Tout à fait satisfait		Passer à Q 15
Plutôt satisfait		
Plutôt pas satisfait		Aller à Q 14
Pas du tout satisfait		

Q 14 – Expliquez la raison de votre non satisfaction : c'est parce que vous les trouvez

Plutôt Pas assez mûrs ☐

Plutôt Trop mûrs ☐

Q 15 Vous personnellement, vous arrive-t-il d'acheter des abricots au moins de temps en temps ?

Oui / Non : passer à la Q 16, puis stop

Q 16 Pour quelle raison principale vous n'en achetez pas ? Classer par ordre d'importance 1 à **3** critères parmi les propositions suivantes

Je n'aime pas les abricots	
La qualité de l'offre ne me satisfait pas	
Je n'y pense pas	
Leur prix est trop cher	
On m'en donne ou j'en ai dans mon jardin	
Mes enfants, mon conjoint n'aiment pas	
Je ne fais pas les achats alimentaires du foyer	

Q 17- Parmi les lieux d'achats suivants, où vous approvisionnez-vous principalement en abricots ?

Au marché	
En magasin spécialisé en fruits et légumes ou en grandes surfaces du frais	
En hypermarché ou supermarché	
En magasin discount	
Chez les producteurs	
En magasin bio	

En supérette de proximité	

Q 18 Parmi les raisons suivantes d'acheter des abricots, dites quelle est celle qui en premier vous incite personnellement à en acheter puis celle qui vous incite en second. Classer par ordre d'importance 1 à **3** critères parmi les propositions suivantes

Parce qu'ils vous paraissent bons	
Parce que leur prix est raisonnable	
Parce qu'ils sont beaux	
Parce que vous achetez toujours des abricots en été	
Parce que vous avez prévu d'en acheter	
Parce qu'ils sont en promotion	

Q 19 La qualité des abricots que vous achetez est, en général,…

Tout à fait satisfaisante	
Plutôt satisfaisante	
Plutôt pas satisfaisante	
Pas du tout satisfaisante	

Q 20 Quand vous achetez des abricots, est-ce que vous les mangez principalement...

... tout de suite ou dans la journée	
... le lendemain	
... 2 à 3 jours après	
... quand ils vous paraissent mûrs	

Q 21 Une fois que vous êtes décidé(e) à acheter des abricots, dites, parmi les critères de choix suivants, celui que vous adoptez en premier puis celui que vous adoptez en second ? Classer par ordre d'importance 1 à **3** critères parmi les propositions suivantes

Je regarde la couleur	
Je regarde le prix	
Je les tâte	
Je regarde la variété	
Je regarde la provenance	
(NSP)	

Q 22- Si j'ai le choix, je choisis de préférence des abricots : Classer par ordre d'importance 1 à **2** critères parmi les propositions suivantes

Jaune	
Orange	
Orange pigmenté de rouge	
Entièrement Rouge	

Q 23 Je choisis les abricots de cette couleur parce que je trouve que : 1 seul choix possible

c'est plus beau	
c'est le signe qu'ils sont meilleurs	
c'est le signe qu'ils sont mûrs	
(NSP)	

Q 24 Je choisis de préférence des abricots : 1 seul choix possible

Souples au toucher parce que c'est le signe qu'ils sont mûrs	
Fermes parce que vous préférez les laisser murir vous-même	
Fermes parce que c'est comme ça que vous préférez les consommer	
Fermes parce que sinon vous craignez qu'ils ne s'abîment trop vite	

Q 25 Parmi les options d'achat suivantes, dites pour chacune d'entre elles, si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord. 1 réponse par ligne

	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord
Je choisis moi-même les abricots dans les colis				
J'achète les abricots en barquette				
J'achète les abricots fruits mûrs à point ou de qualité supérieure garantie				
J'achète les abricots premier prix				
J'achète un colis pour confiture				

RESULTATS TRIS A PLAT

F1. Vous êtes…

	Effectif	%
Un homme	500	49%
Une femme	517	51%
Total	1 017	100%

F2. Quel est votre âge ?

	Effectif	%
25-34 ans	216	21%
35-44 ans	227	22%
45-54 ans	236	23%
55-64 ans	219	22%
65-70 ans	119	12%
Total	1 017	100%

F3. Quelle est votre catégorie socioprofessionnelle ?

	Effectif	%
Agriculteur	3	0%
Artisan	20	2%
Commerçant	15	1%
Chef d'entreprise	17	2%
Profession libérale	24	2%
Cadre ou profession intellectuelle supérieure	143	14%
Profession intermédiaire	201	20%
Employé	266	26%
Ouvrier	77	8%
Retraité	187	18%
Demandeur d'emploi	27	3%
Homme ou femme au foyer	26	3%
Etudiant, lycéen	3	0%
Autre	8	1%
Total	1 017	100%

F3. Quelle est votre catégorie socioprofessionnelle ? - Recode

	Effectif	%
CSP+	423	42%
CSP-	343	34%
Inactifs	251	25%
Total	1 017	100%

F4. UDA5

	Effectif	%
Ile de France	198	19%
Nord Ouest	232	23%
Nord Est	233	23%
Sud Ouest	110	11%
Sud Est	244	24%
Total	1 017	100%

F5. Y compris vous-même, de combien de personnes se compose votre foyer ?

	Effectif	%
1 personne	186	18%
2 personnes	364	36%
3 personnes	213	21%
4 personnes et plus	254	25%
Total	1 017	100%

Q1 Sur le calendrier ci-dessous, indiquez quelle est pour vous la saison de l'abricot.

	Effectif	%
Janvier	0	0%
Février	2	0%
Mars	1	0%
Avril	21	2%
Mai	76	7%
Juin	447	44%
Juillet	649	64%
Août	424	42%
Septembre	66	6%
Octobre	11	1%
Novembre	1	0%
Décembre	2	0%
Total	1 017	

Q2 Voici un certain nombre d'affirmations concernant les abricots. Pour chacune d'elles, dites si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord.

... c'est un fruit sucré

	Effectif	%
Tout à fait d'accord	362	36%

Plutôt d'accord	553	54%
Plutôt pas d'accord	95	9%
Pas du tout d'accord	7	1%
Total	1 017	100%

Q2 Voici un certain nombre d'affirmations concernant les abricots. Pour chacune d'elles, dites si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord.

... c'est un fruit trop souvent dur

	Effectif	%
Tout à fait d'accord	102	10%
Plutôt d'accord	374	37%
Plutôt pas d'accord	454	45%
Pas du tout d'accord	87	9%
Total	1 017	100%

Q2 Voici un certain nombre d'affirmations concernant les abricots. Pour chacune d'elles, dites si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord.

... c'est un fruit savoureux

	Effectif	%
Tout à fait d'accord	507	50%
Plutôt d'accord	455	45%
Plutôt pas d'accord	48	5%
Pas du tout d'accord	7	1%
Total	1 017	100%

Q2 Voici un certain nombre d'affirmations concernant les abricots. Pour chacune d'elles, dites si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord.

... c'est un fruit dont la qualité est inégale

	Effectif	%
Tout à fait d'accord	260	26%
Plutôt d'accord	509	50%
Plutôt pas d'accord	224	22%
Pas du tout d'accord	24	2%
Total	1 017	100%

Q2 Voici un certain nombre d'affirmations concernant les abricots. Pour chacune d'elles, dites si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord.

... c'est un fruit que tout le monde aime

	Effectif	%
Tout à fait d'accord	251	25%

Plutôt d'accord	535	53%
Plutôt pas d'accord	199	20%
Pas du tout d'accord	32	3%
Total	1 017	100%

Q2 Voici un certain nombre d'affirmations concernant les abricots. Pour chacune d'elles, dites si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord.

... c'est un fruit qui manque souvent de goût

	Effectif	%
Tout à fait d'accord	98	10%
Plutôt d'accord	319	31%
Plutôt pas d'accord	456	45%
Pas du tout d'accord	144	14%
Total	1 017	100%

Q2 Voici un certain nombre d'affirmations concernant les abricots. Pour chacune d'elles, dites si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord.

... c'est un fruit fragile

	Effectif	%
Tout à fait d'accord	291	29%
Plutôt d'accord	518	51%
Plutôt pas d'accord	195	19%
Pas du tout d'accord	13	1%
Total	1 017	100%

Q2 Voici un certain nombre d'affirmations concernant les abricots. Pour chacune d'elles, dites si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord.

... c'est un fruit qui plait aux enfants

	Effectif	%
Tout à fait d'accord	354	35%
Plutôt d'accord	521	51%
Plutôt pas d'accord	133	13%
Pas du tout d'accord	9	1%
Total	1 017	100%

Q2 Voici un certain nombre d'affirmations concernant les abricots. Pour chacune d'elles, dites si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord.

... c'est un fruit pratique à manger

	Effectif	%
Tout à fait d'accord	668	66%

Plutôt d'accord	316	31%
Plutôt pas d'accord	29	3%
Pas du tout d'accord	4	0%
Total	1 017	100%

Q2 Voici un certain nombre d'affirmations concernant les abricots. Pour chacune d'elles, dites si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord.

… c'est un fruit pratique à emporter

	Effectif	%
Tout à fait d'accord	582	57%
Plutôt d'accord	357	35%
Plutôt pas d'accord	67	7%
Pas du tout d'accord	11	1%
Total	1 017	100%

Q3 Personnellement, appréciez-vous l'abricot ?

	Effectif	%
Beaucoup	632	62%
Assez	292	29%
Un peu	75	7%
Pas du tout	18	2%
Total	1 017	100%

Q4 Pouvez-vous donner des noms d'abricots ?

	Effectif	%
Oui	301	30%
Non	716	70%
Total	1 017	100%

Q5 Connaissez-vous les signes officiels de qualité suivants ?

Le label rouge pour l'abricot Bergeron de la Vallée du Rhône

	Effectif	%
Oui	301	30%
Non	716	70%
Total	1 017	100%

Q5 Connaissez-vous les signes officiels de qualité suivants ?

L'appellation d'origine contrôlée/protégée (AOC/ AOP) Rouge du Roussillon

	Effectif	%
Oui	494	49%
Non	523	51%

Total	1 017	100%

Q5 Connaissez-vous les signes officiels de qualité suivants ?

Autre

	Effectif	%
Oui	15	1%
Non	1 002	99%
Total	1 017	100%

Q6 Personnellement consommez-vous des abricots ?

	Effectif	%
Oui	952	94%
Non	65	6%
Total	1 017	100%

Q7 Pendant la saison des abricots, à quelle fréquence consommez-vous personnellement ce fruit ?

	Effectif	%
Très souvent (Presque tous les jours)	173	18%
Souvent (1 ou 3 fois par semaine)	472	50%
De temps en temps (2 ou 3 fois par mois)	252	26%
Moins souvent (1 fois par mois)	55	6%
Total	952	100%

Q8 Pour quelle(s) raison(s) n'en consommez-vous pas ?

Raison 1

	Effectif	%
Je n'aime pas les abricots	18	28%
Je n'y pense pas	11	17%
Je ne sais pas les choisir	3	5%
Cela ne me fait pas envie	10	15%
Je ne sais pas comment les consommer	0	0%
C'est trop cher	5	8%
J'ai été souvent déçu par leur qualité	11	17%
Autre raison	7	11%
Total	65	100%

Q8 Pour quelle(s) raison(s) n'en consommez-vous pas ?

Raison 2

	Effectif	%
Je n'aime pas les abricots	1	3%
Je n'y pense pas	9	24%
Je ne sais pas les choisir	6	16%

Cela ne me fait pas envie	11	29%
Je ne sais pas comment les consommer	0	0%
C'est trop cher	5	13%
J'ai été souvent déçu par leur qualité	5	13%
Autre raison	1	3%
Total	38	100%

Q8 Pour quelle(s) raison(s) n'en consommez-vous pas ?

Raison 3

	Effectif	%
Je n'aime pas les abricots	0	0%
Je n'y pense pas	4	14%
Je ne sais pas les choisir	7	24%
Cela ne me fait pas envie	5	17%
Je ne sais pas comment les consommer	2	7%
C'est trop cher	2	7%
J'ai été souvent déçu par leur qualité	9	31%
Autre raison	0	0%
Total	29	100%

Q9 Avez-vous l'impression que dans votre foyer, on consomme actuellement plus, autant ou moins d'abricots qu'il y a 3 ou 4 ans ?

	Effectif	%
Plus qu'il y a 3 ou 4 ans	158	16%
Autant qu'il y a 3 ou 4 ans	539	53%
Moins qu'il y a 3 ou 4 ans	320	31%
Total	1 017	100%

Q10 En consommeriez-vous plus souvent si :

Vous saviez qu'ils contiennent beaucoup de Vitamine A

	Effectif	%
Tout à fait d'accord	226	22%
Plutôt d'accord	454	45%
Plutôt pas d'accord	156	15%
Pas du tout d'accord	70	7%
Je ne sais pas	111	11%
Total	1 017	100%

Q10 En consommeriez-vous plus souvent si :

C'était moins cher

	Effectif	%
Tout à fait d'accord	423	42%

Plutôt d'accord	375	37%
Plutôt pas d'accord	129	13%
Pas du tout d'accord	54	5%
Je ne sais pas	36	4%
Total	1 017	100%

Q10 En consommeriez-vous plus souvent si :

On vous garantissait qu'ils sont produits en France

	Effectif	%
Tout à fait d'accord	442	43%
Plutôt d'accord	394	39%
Plutôt pas d'accord	82	8%
Pas du tout d'accord	44	4%
Je ne sais pas	55	5%
Total	1 017	100%

Q10 En consommeriez-vous plus souvent si :

On vous garantissait qu'ils bénéficient d'un signe officiel de qualité

	Effectif	%
Tout à fait d'accord	322	32%
Plutôt d'accord	453	45%
Plutôt pas d'accord	101	10%
Pas du tout d'accord	42	4%
Je ne sais pas	99	10%
Total	1 017	100%

Q10 En consommeriez-vous plus souvent si :

Une campagne de publicité vous rappelait que c'est la saison des abricots

	Effectif	%
Tout à fait d'accord	163	16%
Plutôt d'accord	348	34%
Plutôt pas d'accord	233	23%
Pas du tout d'accord	182	18%
Je ne sais pas	91	9%
Total	1 017	100%

Q11 Pour chacun des fruits ci-dessous, dites si vous trouvez la qualité de l'offre tout à fait satisfaisante, plutôt satisfaisante, plutôt pas satisfaisante ou pas du tout satisfaisante

La fraise

	Effectif	%

Tout à fait satisfaisante	241	24%
Plutôt satisfaisante	485	48%
Plutôt pas satisfaisante	243	24%
Pas du tout satisfaisante	48	5%
Total	1 017	100%

Q11 Pour chacun des fruits ci-dessous, dites si vous trouvez la qualité de l'offre tout à fait satisfaisante, plutôt satisfaisante, plutôt pas satisfaisante ou pas du tout satisfaisante

La cerise

	Effectif	**%**
Tout à fait satisfaisante	170	17%
Plutôt satisfaisante	494	49%
Plutôt pas satisfaisante	292	29%
Pas du tout satisfaisante	61	6%
Total	1 017	100%

Q11 Pour chacun des fruits ci-dessous, dites si vous trouvez la qualité de l'offre tout à fait satisfaisante, plutôt satisfaisante, plutôt pas satisfaisante ou pas du tout satisfaisante

Le melon

	Effectif	**%**
Tout à fait satisfaisante	362	36%
Plutôt satisfaisante	510	50%
Plutôt pas satisfaisante	117	12%
Pas du tout satisfaisante	28	3%
Total	1 017	100%

Q11 Pour chacun des fruits ci-dessous, dites si vous trouvez la qualité de l'offre tout à fait satisfaisante, plutôt satisfaisante, plutôt pas satisfaisante ou pas du tout satisfaisante

L'abricot

	Effectif	**%**
Tout à fait satisfaisante	177	17%
Plutôt satisfaisante	609	60%
Plutôt pas satisfaisante	200	20%
Pas du tout satisfaisante	31	3%
Total	1 017	100%

Q11 Pour chacun des fruits ci-dessous, dites si vous trouvez la qualité de l'offre tout à fait satisfaisante, plutôt satisfaisante, plutôt pas satisfaisante ou pas du tout satisfaisante

La pêche/nectarine

	Effectif	**%**

Tout à fait satisfaisante	225	22%
Plutôt satisfaisante	593	58%
Plutôt pas satisfaisante	168	17%
Pas du tout satisfaisante	31	3%
Total	1 017	100%

Q11 Pour chacun des fruits ci-dessous, dites si vous trouvez la qualité de l'offre tout à fait satisfaisante, plutôt satisfaisante, plutôt pas satisfaisante ou pas du tout satisfaisante

La prune

	Effectif	%
Tout à fait satisfaisante	146	14%
Plutôt satisfaisante	571	56%
Plutôt pas satisfaisante	267	26%
Pas du tout satisfaisante	33	3%
Total	1 017	100%

Q11 Pour chacun des fruits ci-dessous, dites si vous trouvez la qualité de l'offre tout à fait satisfaisante, plutôt satisfaisante, plutôt pas satisfaisante ou pas du tout satisfaisante

La poire

	Effectif	%
Tout à fait satisfaisante	212	21%
Plutôt satisfaisante	587	58%
Plutôt pas satisfaisante	193	19%
Pas du tout satisfaisante	25	2%
Total	1 017	100%

Q11 Pour chacun des fruits ci-dessous, dites si vous trouvez la qualité de l'offre tout à fait satisfaisante, plutôt satisfaisante, plutôt pas satisfaisante ou pas du tout satisfaisante

La banane

	Effectif	%
Tout à fait satisfaisante	358	35%
Plutôt satisfaisante	528	52%
Plutôt pas satisfaisante	108	11%
Pas du tout satisfaisante	23	2%
Total	1 017	100%

Q12 Comment considérez-vous la qualité de l'abricot par rapport à celle d'il y a 3 ou 4 ans ?

	Effectif	%

Elle est stable	546	54%
Elle s'améliore	144	14%
Elle se dégrade	327	32%
Total	1 017	100%

Q13 Et en ce qui concerne la maturité des abricots vendus dans le commerce, êtes-vous, en général …

	Effectif	%
Tout à fait satisfait(e)	42	4%
Plutôt satisfait(e)	438	43%
Plutôt pas satisfait(e)	426	42%
Pas du tout satisfait(e)	111	11%
Total	1 017	100%

Q14 Expliquez la raison de votre non satisfaction : c'est parce que vous les trouvez…

	Effectif	%
Plutôt pas assez mûrs	484	90%
Plutôt trop mûrs	53	10%
Total	537	100%

Q15 Vous personnellement, vous arrive-t-il d'acheter des abricots au moins de temps en temps ?

	Effectif	%
Oui	952	94%
Non	65	6%
Total	1 017	100%

Q16 Pour quelle(s) raison(s) vous n'en achetez pas ?

Raison 1

	Effectif	%
Je n'aime pas les abricots	21	32%
La qualité de l'offre ne me satisfait pas	15	23%
Je n'y pense pas	11	17%
Leur prix est trop cher	5	8%
On m'en donne ou j'en ai dans mon jardin	9	14%
Mes enfants, mon conjoint n'aiment pas	2	3%
Je ne fais pas les achats alimentaires du foyer	2	3%
Total	65	100%

Q16 Pour quelle(s) raison(s) vous n'en achetez pas ?

Raison 2

	Effectif	%

Je n'aime pas les abricots	1	3%
La qualité de l'offre ne me satisfait pas	9	29%
Je n'y pense pas	7	23%
Leur prix est trop cher	6	19%
On m'en donne ou j'en ai dans mon jardin	5	16%
Mes enfants, mon conjoint n'aiment pas	2	6%
Je ne fais pas les achats alimentaires du foyer	1	3%
Total	31	100%

Q16 Pour quelle(s) raison(s) vous n'en achetez pas ?

Raison 3

	Effectif	%
Je n'aime pas les abricots	0	0%
La qualité de l'offre ne me satisfait pas	2	9%
Je n'y pense pas	7	30%
Leur prix est trop cher	7	30%
On m'en donne ou j'en ai dans mon jardin	3	13%
Mes enfants, mon conjoint n'aiment pas	3	13%
Je ne fais pas les achats alimentaires du foyer	1	4%
Total	23	100%

Q17 Parmi les lieux d'achats suivants, où vous approvisionnez-vous principalement en abricots ?

	Effectif	%
Au marché	226	24%
En magasin spécialisé en fruits et légumes ou en grandes surfaces du frais	151	16%
En hypermarché ou supermarché	424	45%
En magasin discount	27	3%
Chez les producteurs	61	6%
En magasin bio	35	4%
En supérette de proximité	28	3%
Total	952	100%

Q18 Quelles sont raisons pour lesquelles vous achetez des abricots ?

Raison 1

	Effectif	%
Parce qu'ils vous paraissent bons	287	30%
Parce que leur prix est raisonnable	135	14%

Parce qu'ils sont beaux	121	13%
Parce que vous achetez toujours des abricots en été	258	27%
Parce que vous avez prévu d'en acheter	78	8%
Parce qu'ils sont en promotion	73	8%
Total	952	100%

Q18 Quelles sont raisons pour lesquelles vous achetez des abricots ?

Raison 2

	Effectif	%
Parce qu'ils vous paraissent bons	247	30%
Parce que leur prix est raisonnable	140	17%
Parce qu'ils sont beaux	151	18%
Parce que vous achetez toujours des abricots en été	135	16%
Parce que vous avez prévu d'en acheter	72	9%
Parce qu'ils sont en promotion	80	10%
Total	825	100%

Q18 Quelles sont raisons pour lesquelles vous achetez des abricots ?

Raison 3

	Effectif	%
Parce qu'ils vous paraissent bons	144	19%
Parce que leur prix est raisonnable	183	24%
Parce qu'ils sont beaux	142	19%
Parce que vous achetez toujours des abricots en été	123	16%
Parce que vous avez prévu d'en acheter	98	13%
Parce qu'ils sont en promotion	73	10%
Total	763	100%

Q19 La qualité des abricots que vous achetez est, en général…

	Effectif	%
Tout à fait satisfaisante	90	9%
Plutôt satisfaisante	664	70%
Plutôt pas satisfaisante	183	19%
Pas du tout satisfaisante	15	2%
Total	952	100%

Q20 Quand vous achetez des abricots, est-ce que vous les mangez principalement…

	Effectif	%
Tout de suite ou dans la journée	367	39%
Le lendemain	167	18%
2 à 3 jours après	157	16%

Quand ils vous paraissent mûrs	261	27%
Total	952	100%

Q21 Comment choisissez-vous vos abricots ?

Raison 1

	Effectif	%
Je regarde la couleur	235	25%
Je regarde le prix	199	21%
Je les tâte	227	24%
Je regarde la variété	47	5%
Je regarde la provenance	237	25%
Total	945	100%

Q21 Comment choisissez-vous vos abricots ?

Raison 2

	Effectif	%
Je regarde la couleur	245	28%
Je regarde le prix	173	20%
Je les tâte	206	24%
Je regarde la variété	76	9%
Je regarde la provenance	171	20%
Total	871	100%

Q21 Comment choisissez-vous vos abricots ?

Raison 3

	Effectif	%
Je regarde la couleur	163	20%
Je regarde le prix	236	29%
Je les tâte	167	21%
Je regarde la variété	82	10%
Je regarde la provenance	153	19%
Total	801	100%

Q21 Comment choisissez-vous vos abricots ?

NSP

	Effectif	%
Ne sais pas	7	100%
Total	7	100%

Q22 Si j'ai le choix, je choisis de préférence des abricots :

Raison 1

	Effectif	%
Jaune	53	6%

Orange	397	42%
Orange pigmenté de rouge	491	52%
Entièrement Rouge	11	1%
Total	952	100%

Q22 Si j'ai le choix, je choisis de préférence des abricots :

Raison 2

	Effectif	%
Jaune	47	9%
Orange	221	42%
Orange pigmenté de rouge	213	40%
Entièrement Rouge	46	9%
Total	527	100%

Q23 Je choisis les abricots de cette couleur parce que je trouve que :

	Effectif	%
C'est plus beau	98	10%
C'est le signe qu'ils sont meilleurs	370	39%
C'est le signe qu'ils sont mûrs	386	41%
Je ne sais pas	98	10%
Total	952	100%

Q24 Je choisis de préférence des abricots :

	Effectif	%
Souples au toucher parce que c'est le signe qu'ils sont mûrs	572	60%
Fermes parce que vous préférez les laisser murir vous-même	120	13%
Fermes parce que c'est comme ça que vous préférez les consommer	88	9%
Fermes parce que sinon vous craignez qu'ils ne s'abîment trop vite	172	18%
Total	952	100%

Q25 Parmi les options d'achat suivantes, dites pour chacune d'entre elles, si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord.

Je choisis moi-même les abricots dans les colis

	Effectif	%
Tout à fait d'accord	337	35%
Plutôt d'accord	409	43%
Plutôt pas d'accord	126	13%
Pas du tout d'accord	80	8%
Total	952	100%

Q25 Parmi les options d'achat suivantes, dites pour chacune d'entre elles, si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord.

J'achète les abricots en barquette

	Effectif	%
Tout à fait d'accord	77	8%
Plutôt d'accord	267	28%
Plutôt pas d'accord	342	36%
Pas du tout d'accord	266	28%
Total	952	100%

Q25 Parmi les options d'achat suivantes, dites pour chacune d'entre elles, si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord.

J'achète les abricots fruits mûrs à point ou de qualité supérieure garantie

	Effectif	%
Tout à fait d'accord	243	26%
Plutôt d'accord	497	52%
Plutôt pas d'accord	168	18%
Pas du tout d'accord	44	5%
Total	952	100%

Q25 Parmi les options d'achat suivantes, dites pour chacune d'entre elles, si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord.

J'achète les abricots premier prix

	Effectif	%
Tout à fait d'accord	42	4%
Plutôt d'accord	180	19%
Plutôt pas d'accord	395	41%
Pas du tout d'accord	335	35%
Total	952	100%

Q25 Parmi les options d'achat suivantes, dites pour chacune d'entre elles, si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord.

J'achète un colis pour confiture

	Effectif	%
Tout à fait d'accord	90	9%
Plutôt d'accord	185	19%
Plutôt pas d'accord	214	22%
Pas du tout d'accord	463	49%
Total	952	100%