



AUBARD CONSULTING



FranceAgriMer



ÉTUDE TRANSVERSALE SUR LES SIGNES D'IDENTIFICATION DE LA QUALITÉ ET DE L'ORIGINE (SIQO) DANS LA FILIÈRE FRUITS ET LÉGUMES

PRÉSENTATION FINALE

21 juin 2017

Interfel & FranceAgriMer

Introduction

- **Objectifs de l'étude**

- Etat des lieux des SIQO F&L en FR
- Benchmark :
 - Autre secteur SIQO en FR (viande)
 - AOP/IGP secteur F&L en IT, ES, GR
- Analyse des mécanismes de soutien aux SIQO
- Recommandations stratégiques pour développer et valoriser les SIQO en FR

- **Méthode**

- Enquête en ligne auprès de tous les ODG FR du secteur F&L
- Analyse données statistiques INAO
- Entretiens qualitatifs auprès des acteurs des filières F&L : ODG, opérateurs, grossistes, distributeurs...
- Benchmark filière viande FR
- Benchmark sur les AOP/IGP F&L en IT, GR et ES

ANALYSE ÉCONOMIQUE



Périmètre de l'analyse

- 81 dénominations enregistrées fin 2016

	Nb dénominations
AOC/AOP	24
IGP	29
LR	28
Total	81

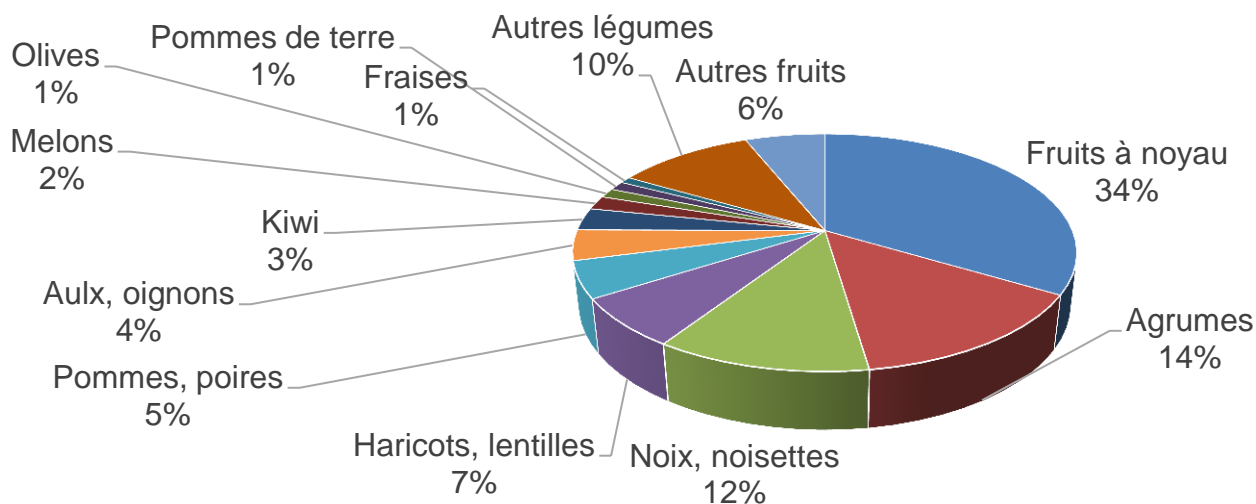
- Analyse porte sur **année 2015**, soit 68 dénominations
 - 6 couplage (IGP/LR)
 - 7 produits enregistrés en 2015/2016

Principales données économiques (2015)

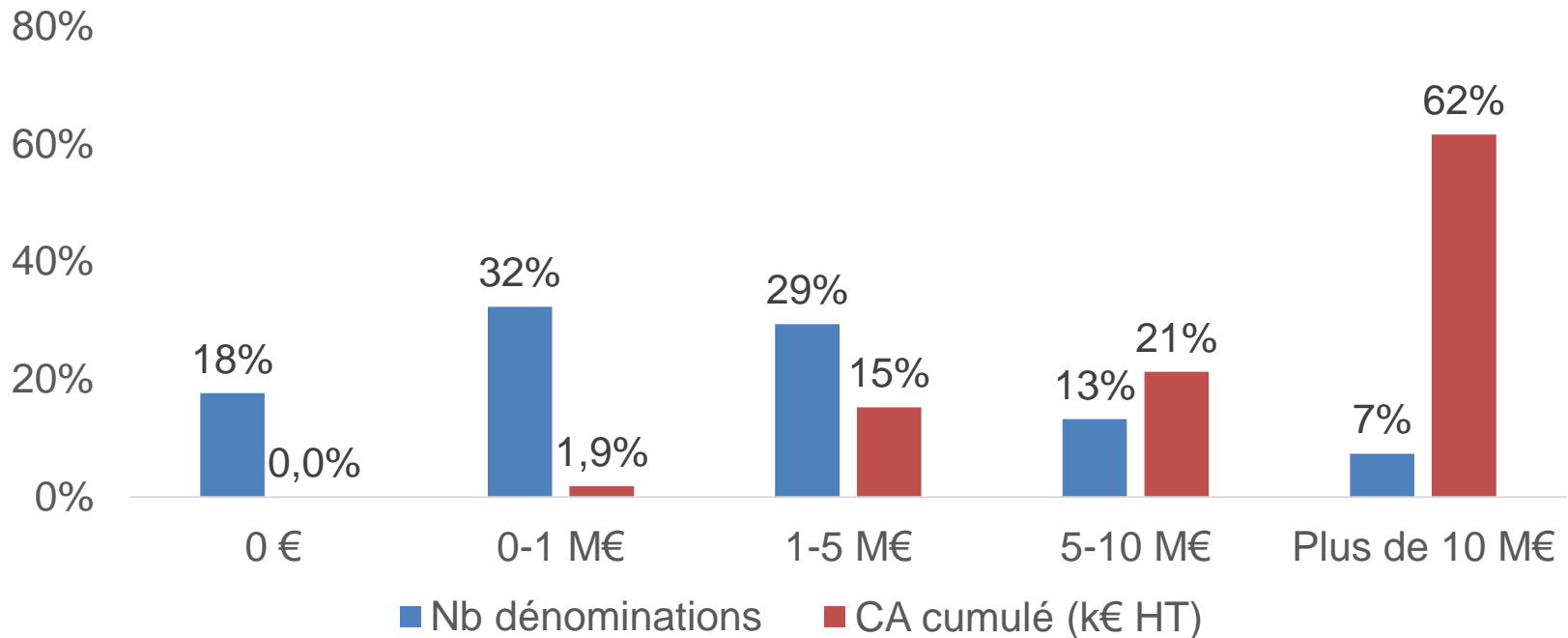
- **10 363 exploitations** dans les filières SIQO, soit 13% des exploitations de ces filières
- **49 065 ha**, soit 13,7% des surfaces de ces filières et 8,6% des surfaces FR de F&L
- **Volume :**
 - Production: **374 122 t**, 3,8% du volume de production nationale de ces filières
 - Commercialisation: **165 196 t** (44% de la production), 1,7% de la production nationale de ces filières
- **299 M€ de CA au stade d'expédition** (F&L frais: 63%)
- **Part de marché en volume (F&L frais):**
 - 3,1% des filières concernées
 - 1,1% pour l'ensemble des F&L frais

Focus par filière

- **Fruits à noyau** : 26% de la prod. FR et 15% pour la commercialisation (**Pruneau, Mirabelle**)
- **Agrumes** : 62% de la prod. nationale (**Clémentine de Corse**).
- **Noix et noisettes** : 59% prod. FR (**Noix de Grenoble, Noix du Périgord**).
- **Haricots et lentilles** : 19% production FR (**Coco de Paimpol, Lentille Verte du Puy**).
- **Pommes et poires** : 6% de la prod. FR (1% commercialisation) (**Pomme du Limousin AOP**)
- **Aulx et oignons** : 1 à 2% de la prod. FR (**l'Ail de Lautrec IGP, Oignon de Roscoff ...**)
- **Kiwi** : 17% de la prod. FR (7% si l'on considère la commercialisation)
- **Melons** : 12% de la prod. FR, dont 14% commercialisés sous SIQO (2% prod. FR)



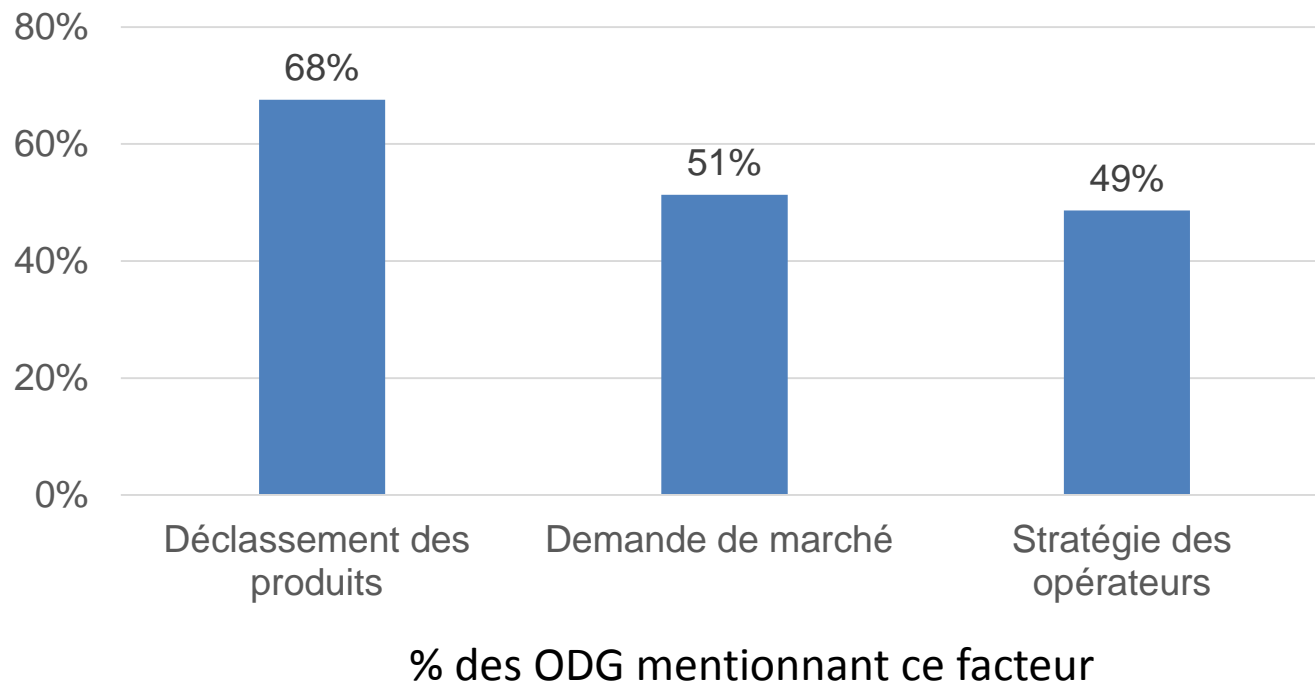
Analyse par classe de taille



- 18% des dénominations non utilisées
- Les 5 plus grandes dénominations représentent 62% du montant total
- CA moyen : 4,4 M€
- CA médian : 0,9 M€


Différence entre volume produit et volume commercialisé

- 45% du volume produit selon les CdC sont effectivement commercialisés sous SIQO (médiane par SIQO : 56%)
- Différence liée à des aspects techniques, économiques et stratégiques




Taille / niveau de différenciation

CA stade d'expédition

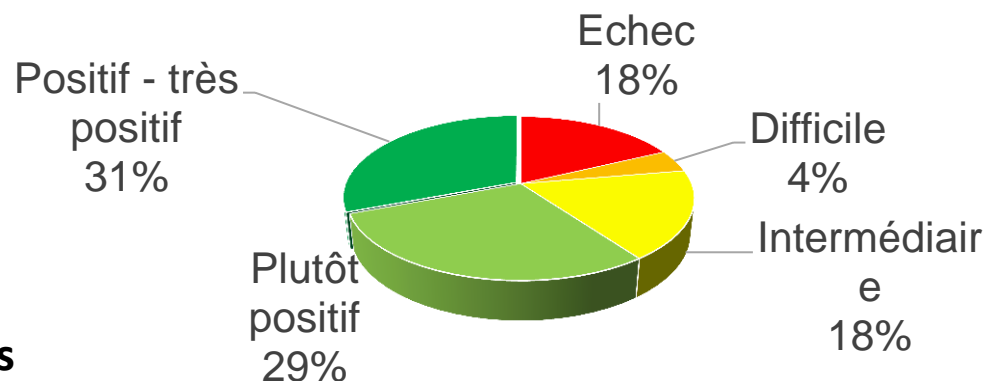


	0-0,25 M€	0,25-1 M€	1-3 M€	3-10 M€	Plus de 10 M€
0%	4% des produits 0,3% du CA	7% des produits 3% du CA	3% des produits 4% du CA	Aucune dénomination	
0-5%					
5-10%	7% des produits 0,5% du CA	Aucune dénomination	4% des produits 6% du CA		
10-15%					
15-20%	21% des produits 1,1% du CA	15% des produits 6% du CA	13% des produits 18% du CA		4% des produits 44% du CA
20% et plus					
				3% des produits 18% du CA	3% des produits 18% du CA



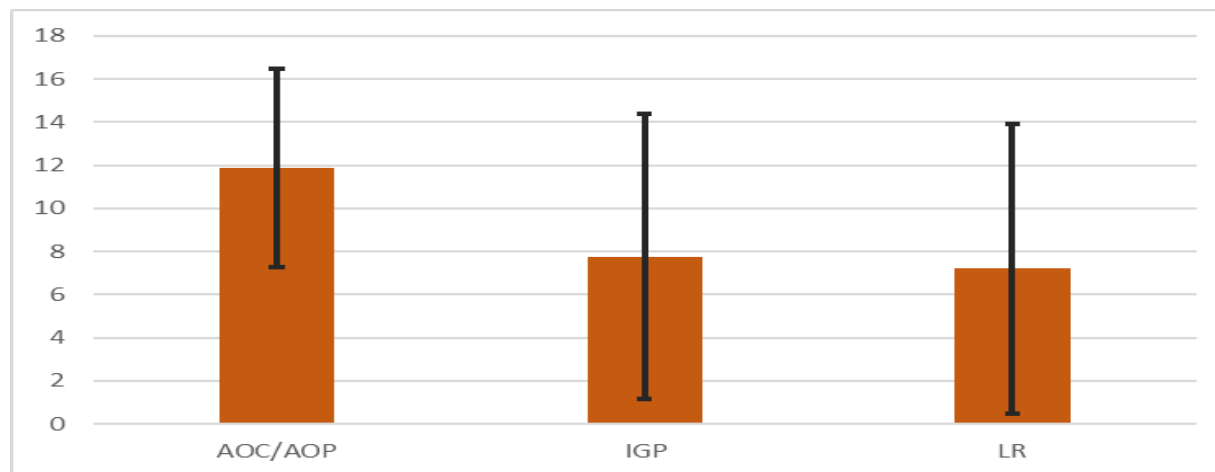
Différentiel de prix
SIQO/ non SIQO

% dénominations



Longueur des procédures

- Durée moyenne des procédures :
 - Selon l'INAO : minimum 3 ans pour les IGP, 5 ans pour les AOP, 1,5-3 ans pour les LR
 - Selon enquête ODG : moyenne 12 ans pour les AOP, 8 ans pour les IGP et 7 ans pour les LR
- Facteurs clés
 - Interlocuteur au sein de l'ODG
 - Problème spécifiques :
 - Nom de la dénomination lié à une variété
 - enjeu lié à l'aire géographique



LES PRATIQUES DE COMMUNICATION / PROMOTION



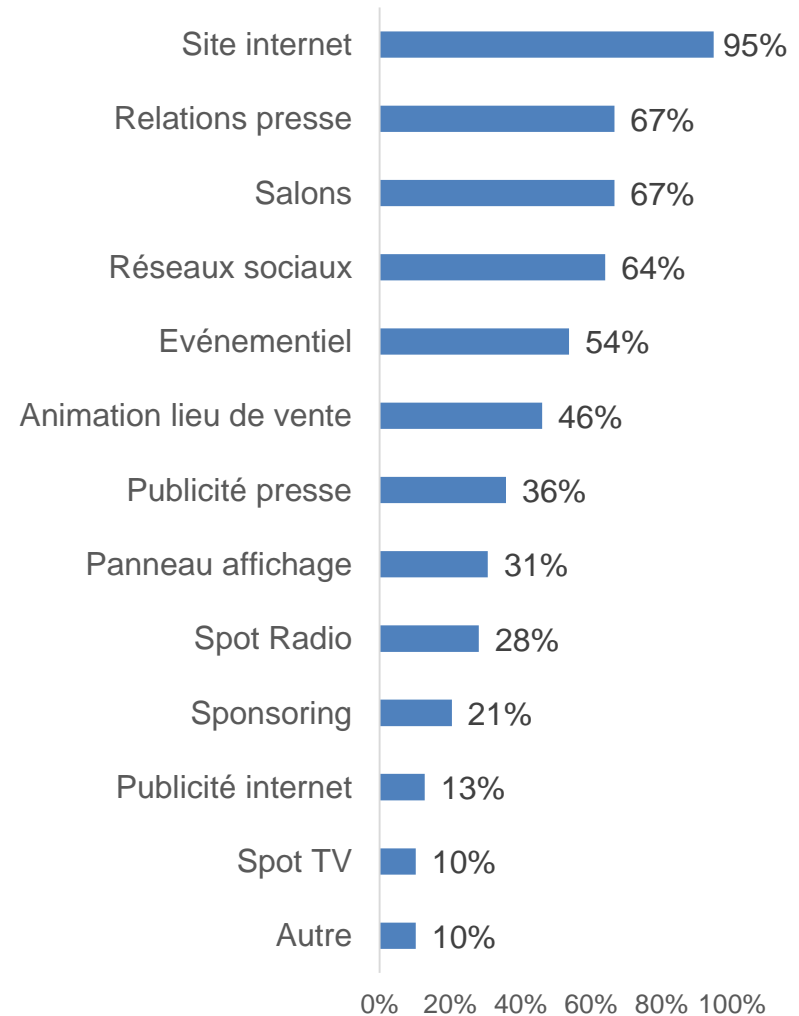
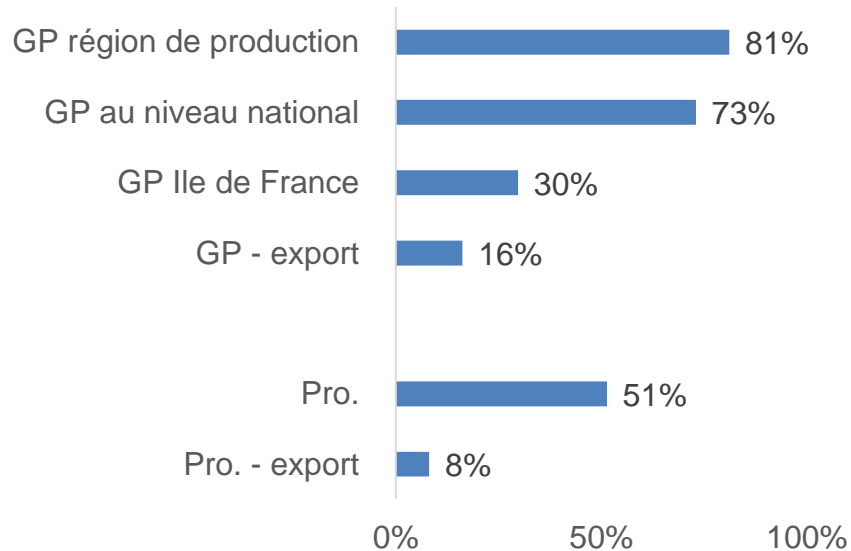
Moyens des ODG

- Budget moyen 150 k€ / ODG
 - 29% avec moins de 50 k€
 - 29% avec plus de 200 k€
- Effectif des ODG:
 - 37% des ODG avec 0,5 ETP et moins
 - 17% avec plus de 2 ETP, notamment ODG multi-SIQO

Moyens des ODG consacrés à la communication

- 2,4 M€ consacrés par les ODG à la communication (soit 0,8% du CA des filières)
- Cela représente 33% du budget des ODG
- 53% d'aides publiques pour ces actions
- Budget par ODG :
 - 36% des ODG: moins de 10 k€
 - 33% des ODG : entre 10 et 50 k€.
 - 18% des ODG : entre 50 et 80 k€,
 - 12% des ODG plus de 80 k€

Pratiques de communication



Actions mises en œuvres dépendent:

- des stratégies des filières
- des moyens des ODG

% ODG

LA DISTRIBUTION



Circuits spécialisés / RHD

- SIQO *a priori* considérés comme un gage de qualité
- Qualité qu'il faut confirmer par l'expérience visuelle et gustative
- Faible demande pour les produits SIQO (sauf exceptions)
- Besoins d'adaptation permanente
- Commerce de détail spécialisé :
 - concurrence des marques, disposant de moyens de communication importants
 - SIQO améliore les ventes : clientèle exigeante et connaisseuse des produits
- RHD : potentiel de développement

Grande distribution

- Faible lisibilité des AOP/IGP/LR pour les consommateurs
- Déclenchement du référencement : centralisation des achats, taille critique, comportement du chef de rayon
- Quelle place des SIQO dans la gamme (variétés club, importations) ?
- Capacité à justifier de la différence de prix dès l'amont
- Mise en place d'une MDD-SIQO par une enseigne (2011)
- Perspectives :
 - développement vs exception
 - Nécessité de communiquer
 - Améliorer la différenciation en rayon : implantation, conditionnement

FACTEURS DE SUCCÈS ET TYPOLOGIE DES F&L SIQO FR



Facteurs de succès

- Leader(s) professionnel(s) pour initier puis porter la démarche
- Coordination et stratégie autour du SIQO
- L'adéquation du cahier des charges au contexte réglementaire, technique et commercial
- Le produit SIQO représente un marché : le SIQO apporte une différenciation
- Trouver un intérêt dans la démarche pour « jouer le jeu »

Typologie des SIQO

Type	Description en cas de succès	Exemples de dénominations
Certification d'un bassin de production large	<ul style="list-style-type: none"> • SIQO largement utilisé • Majorité des opérateurs impliqués • % élevé : vol. commercialisé / vol. produit • Pas nécessairement de différenciation SIQO / hors SIQO 	<ul style="list-style-type: none"> • Asperges des sables des Landes IGP/LR • Clémentine de Corse IGP • Noix de Grenoble AOP • Pomme du Limousin AOP
Segment « premium »	<ul style="list-style-type: none"> • Existence d'une gamme • Différenciation avec produit hors SIQO • Le même type de production (hors SIQO) existe sur le bassin de production 	<ul style="list-style-type: none"> • Ail Blanc de Lomagne IGP • Carotte des sables LR • Clémentine de Corse LR • Endive de pleine terre LR • Kiwi de l'Adour IGP/LR • Melon du Quercy IGP • Muscat du Ventoux AOP • Oignon de Roscoff AOP • Reine-Claude LR
« Microfilère »	<ul style="list-style-type: none"> • Le SIQO vise à développer/maintenir une production en déclin • Le SIQO représente des volumes limités à l'échelle des territoires 	<ul style="list-style-type: none"> • Ail fumé d'Arleux IGP • Citron de Menton IGP • Lingot du nord LR • Noisette de Cervione IGP
SIQO sans Production	<ul style="list-style-type: none"> • Le CdC ne correspond pas aux standards actuels : technique, marché... 	18% des dénominations en F&L

BENCHMARKS



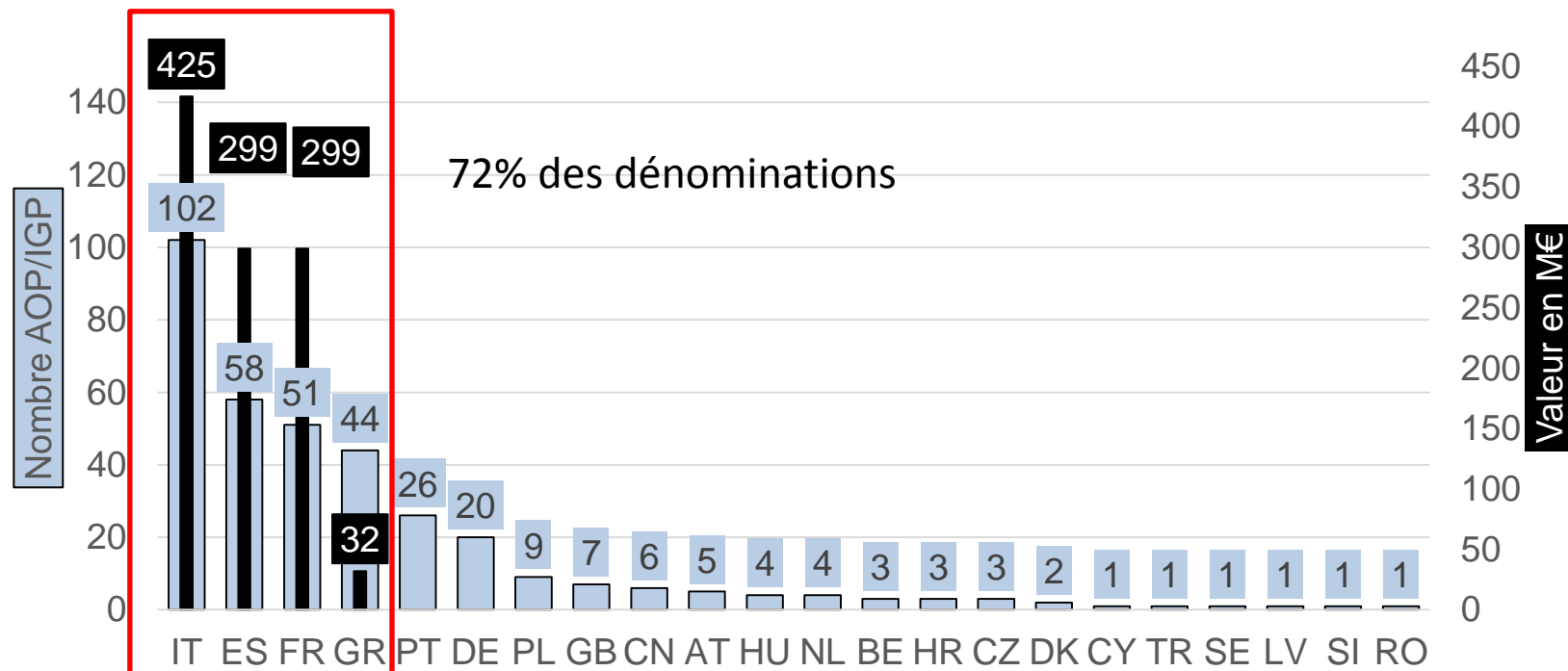
Filières viandes FR

- Viandes rouges
 - Importance Label Rouge par secteur: bœuf 3-4%, veau 5%, agneau 16%
 - Fil Rouge: fédération 50 ODG (existe depuis 14 ans):
 - appui technique, lobbying, communication
 - Communication : pts de vente (10 ans), communication générique...
 - Actions des ODG (Blason Prestige) : grand public (grands médias, lieux de ventes, internet salon...), professionnels
- Volaille
 - Synalaf (1967) : fédère 85% de la production de volaille de chair LR/IGP
 - Importance de la volaille de chair LR: 15% prod. FR, différentiel prix (X2)
 - Missions du Synalaf :
 - défense intérêts LR
 - Promotion : actions de promotion : 100 – 200 k€ / an
 - Fermiers de Loué :
 - 2 M€ / an pour la communication (TV, radio, affiches)
 - Campagne TV depuis 1978 (88% de notoriété et 52% de préférence)
- Fédélis
 - Fédération d'ODG LR, IGP, STG (yc Fil Rouge et Synalaf)
 - Créé il y a 10 ans pour représenter les filières
 - Pas de moyen de communication à l'heure actuelle
 - Adhésion d'ODG dans les F&L

Les AOP/IGP/STG du secteur F&L au niveau européen

- 353 dénominations dans le secteur des F&L en 2016 pour 20 Membres de l'UE et deux pays tiers (Chine et Turquie)
- Répartition selon le type de dispositif :
 - 211 IGP (60% du total)
 - 141 AOP (40% du total)
 - 1 STG (0,3% du total)
- 208 dénominations couvrent uniquement des produits frais (59%)
- Données économiques (2010) :
 - CA : 950 M€ au stade expédition (206 AOP/IGP)
 - 147 nouvelles dénominations ont été enregistrées.

Données générales sur les AOP/IGP/STG au niveau européen



En termes de CA (donnés 2015) :

- Italie : 425 M€
- France : 299 M€ (y compris Label Rouge)
- Espagne : 299 M€
- Grèce (2010) : 32 M€

BENCHMARK

ITALIE



Données économiques

- 105 dénominations dans le secteur des F&L :
 - 34 AOP et 71 IGP
 - 58 fruits et 47 légumes
- Importance économique (2015) :
 - 17 033 producteurs (16% des producteurs de F&L en IT)
 - 658 303 tonnes produits sur une superficie de 51 757 ha.
 - Valeur commercialisée : 425 M€ dont 53% à l'export (219 M€), soit 6% du CA de la filière
 - 1 380 entreprises de transformation/conditionnement
 - Les F&L sous représentent 7% du CA des AOP/IGP (3ième secteur après les fromages et les produits à base de viande).
- Différence notable entre la production et commercialisation

Analyse par région

- Principalement, la région Trentin-Haut-Adige : localisation des 2 principales dénominations
- Secteur très concentré :
 - Les 2 premières dénominations : 73% du CA des F&L sous AOP/IGP
 - Les 10 premières dénominations : 91% du CA des F&L sous AOP/IGP
 - Les 95 autres dénominations ne représentent que 9% du CA (produits de niche ou des produits peu différenciés)



Mela Alto Adige IGP	Mela Val di Non AOP
Production : 310 512 t Valeur : 198 M€	Production : 236 811 t Valeur : 111 M€

Source : d'après données ISMEA / Qualivita

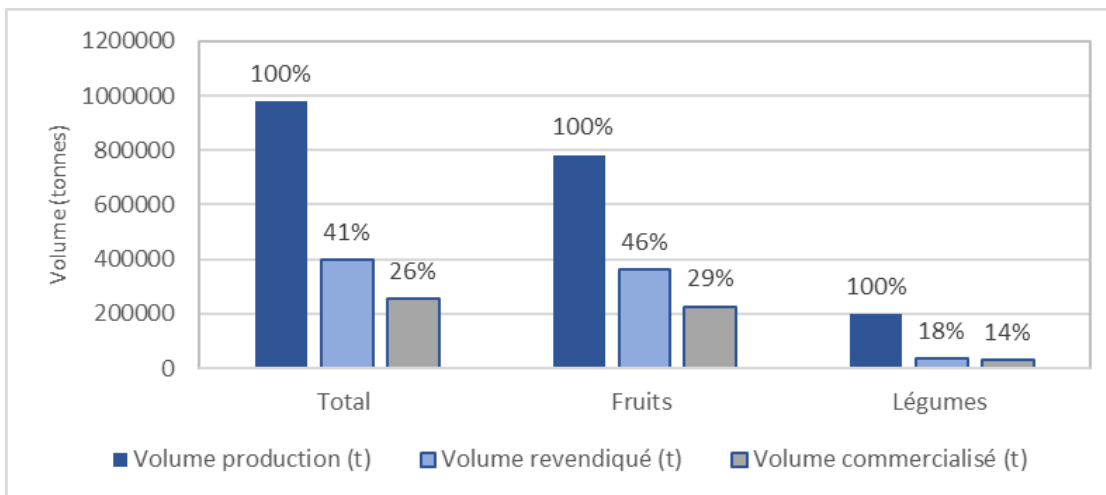
BENCHMARK

ESPAGNE



Analyse économique (2015)

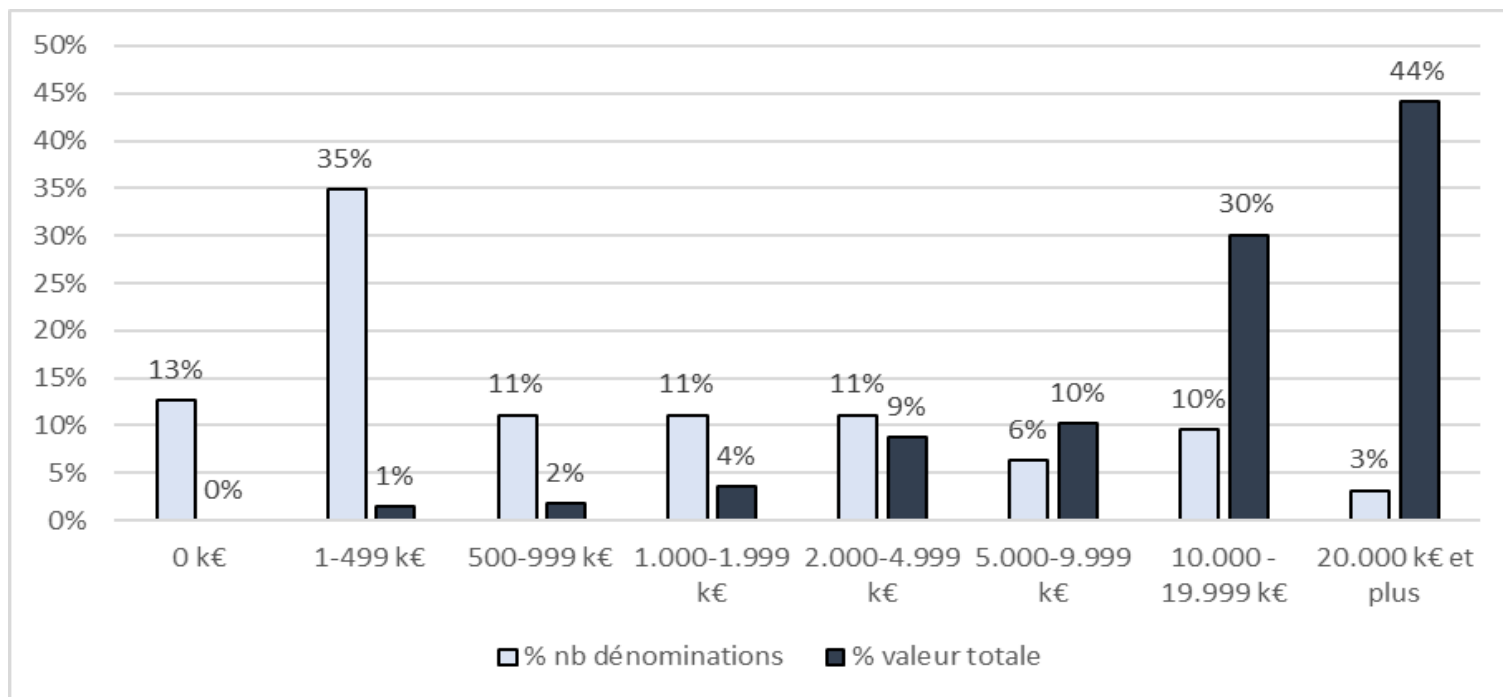
- 63 AOP/IGP dans le secteur des F&L
- CA : 299 M€ (dont 72% pour les fruits), 63 052 ha engagés
- 16% de la valeur totale des AOP/IGP agri. et alim. (2ième secteur après le fromage)
- Différence notable entre les volumes produits et les volumes commercialisés



Source : d'après données
Ministère espagnol de
l'Agriculture

- Exportations :
 - 80 M€, soit 27% des ventes des AOP/IGP du secteur des F&L.
 - 75% des exportations par 3 dénominations (**Kaki Ribera del Xúquer**, le Nísperos Callosa d'En Sarriá et la Tomate La Cañada)

Analyse par classe de taille



- CA moyen : 4,2 M€
- CA médian : 0,5 M€
- **2 dénominations représentent 44% de la valeur des ventes :**
 - Plátano de Canarias IGP : 86 M€ ; 95 431 tonnes
 - Kaki Ribera del Xúquer AOP : 46 M€ ; 46 016 tonnes
- **Près de la moitié des dénominations représente 1% du CA total**

Source : d'après données Ministère espagnol de l'Agriculture

Analyse par région

Les principales régions pour les AOP/IGP sont :

- Les **Canaries** (2 dénominations dont Plátano de Canaria)
- **Valence** (8 dénominations dont l'AOP Kaki Ribera del Xúquer)
- **La Navarre et la Catalogne**

Légende

Couleur :

importance de la
valeur des ventes
sous AOP/IGP F&L

Nombre:

nombre de
dénominations en
F&L dans la Région



Source : d'après données Ministère espagnol de l'Agriculture

BENCHMARK

GRÈCE



AOP/IGP en Grèce

- 44 AOP/IGP dans le secteur des F&L
- Il s'agit notamment d'olives de table (12 dénominations), de haricots (7 dénominations), de raisin (4 dénominations) et de pommes (4 dénominations).
- Aucune donnée économique récente sur le secteur
- Données 2010 (DG AGRI):
 - CA (fruits, légumes, céréales) : 31,6 M€ (33 dénominations)
 - Soit 4% du CA total des AOP/IGP
- Deux principaux segments :
 - Produits à grande notoriété et volumes destinés aux marchés locaux, nationaux mais surtout internationaux (pommes et kiwis)
 - Produits à production assez limitée : produits gérés par des petits producteurs ou de groupements de producteurs à ressources limitées (aubergines et pommes de terre)
- Promotion :
 - Pas de stratégie particulière de promotion des F&L sous SIQO
 - Promotion des SIQO identifiée comme priorité dans la programmation 2014-2020 des fonds européens
- Conformité des méthodes de production aux normes internationales pour l'export (GLOBAL G.A.P.) en plus des AOP/IGP

DISPOSITIFS DE SOUTIEN



FEADER 2014-2020

- Mise en œuvre régionale pour la programmation 2014-2020
- 1 PDR par « ancienne » Région : les PDR des régions regroupées n'ont pas été fusionnés
- 27 PDR régionaux
- **La mesure 3 cible spécifiquement les SIQO. Elle s'articule en 2 sous mesures :**
 - **M3.1 Soutien à la nouvelle participation aux dispositifs qualité**
 - **M3.2 Information et promotion sur les dispositifs qualité**
- D'autres mesures peuvent également concerner de manière indirecte les exploitants impliqués dans les filières SIQO : services de conseil (M2), aides à l'investissement (M4), MAEC (M10), PEI (M16).

Synthèse de la prise en compte des mesures 3.1 et 3.2 dans les PDR

Les régions décident d'activer ou non les différentes mesures en fonction de leurs priorités et enjeux :

- 17 régions ont activé la M3.1
- 15 régions ont activé la M3.2

Régions	Sous-mesure 3.1	Sous-mesure 3.2
Alsace	Activée	Activée
Aquitaine	Activée	Activée
Auvergne	Activée	Activée
Basse Normandie	Activée	Activée
Bourgogne	Non activée	Non activée
Bretagne	Activée	Activée
Centre-Val de Loire	Non activée	Non activée
Champagne Ardenne	Non activée	Non activée
Corse	Activée	Activée
Franche-Comté	Activée	Non activée
Guadeloupe	Activée	Activée
Guyane	Activée	Non activée
Haute-Normandie	Activée	Activée
Ile de France	Non activée	Non activée
Languedoc-Roussillon	Activée	Activée
Limousin	Activée	Activée
Lorraine	Non activée	Non activée
Martinique	Activée	Activée
Mayotte	Non activée	Non activée
Midi-Pyrénées	Activée	Activée
Nord-Pas-de-Calais	Activée	Activée
PACA	Non activée	Non activée
Pays de la Loire	Non activée	Non activée
Picardie	Non activée	Non activée
Poitou-Charentes	Activée	Activée
Réunion	Non activée	Non activée
Rhône-Alpes	Activée	Activée

Description des mesures FEADER

- **M3.1 - Soutien à la nouvelle participation aux dispositifs qualité**
 - **Bénéficiaires** : Agriculteurs et groupements d'agriculteurs
 - **Coûts éligibles** : frais d'entrée, cotisation annuelle, coût des contrôles
 - **Niveau d'aide** :
 - 50-100% des dépenses éligibles,
 - max : 3 000 € / exploitation / an)
- **FEADER - M3.2 - Information et promotion sur les dispositifs qualité**
 - **Bénéficiaires**: seuls les groupements de producteurs
 - **Systèmes couverts** : Les systèmes éligibles à la M3.1
 - **Coûts éligibles** : variables entre PDR
 - **Conditions d'éligibilité** :
 - Le périmètre des actions de promotion (marché communautaire)
 - Les messages passées à travers les actions de communication
 - Le matériel de communication (conforme à la législation)

Fonds de promotion DG AGRI

- Mis en place selon Règlement (UE) No 1144/2014
- Taux de financement : 70% à 80% dépenses éligibles
- Programmes simples (un Etat membre) ou multiples (plusieurs Etats membres)
- Actions éligibles :
 - gestion de projet
 - relations publiques
 - sites internet et média sociaux
 - publicité
 - outils de communications
 - événementiel
 - promotion sur point de vente
- Système d'appels à projets : 29% de succès en 2016 (226 demandes, 66 projets retenus)
- Appel à projet 2017 : 142,5 M€ dont 27,5 M€ pour les dispositifs de qualité

Programme opérationnel fruit et légumes (OCM)

- Programme national F&L de « l'OCM unique » (Règlement (UE) No 1308/2013)
- Bénéficiaires : organisations de producteurs (OP) et associations d'organisations de producteurs (AOP) reconnues
- Mesure 2.21 :
 - Obtention et/ou maintien de démarches qualité reconnues
 - Cela couvre les SIQO aussi bien que d'autres référentiels tels que ISO, Global G.A.P., IFS, BRC, Agri Confiance...
- Dépenses éligibles :
 - les frais de personnel de l'OP,
 - les prestations de service d'audit par les organismes certificateurs,
 - les investissements et dépenses rendus obligatoires par les certifications

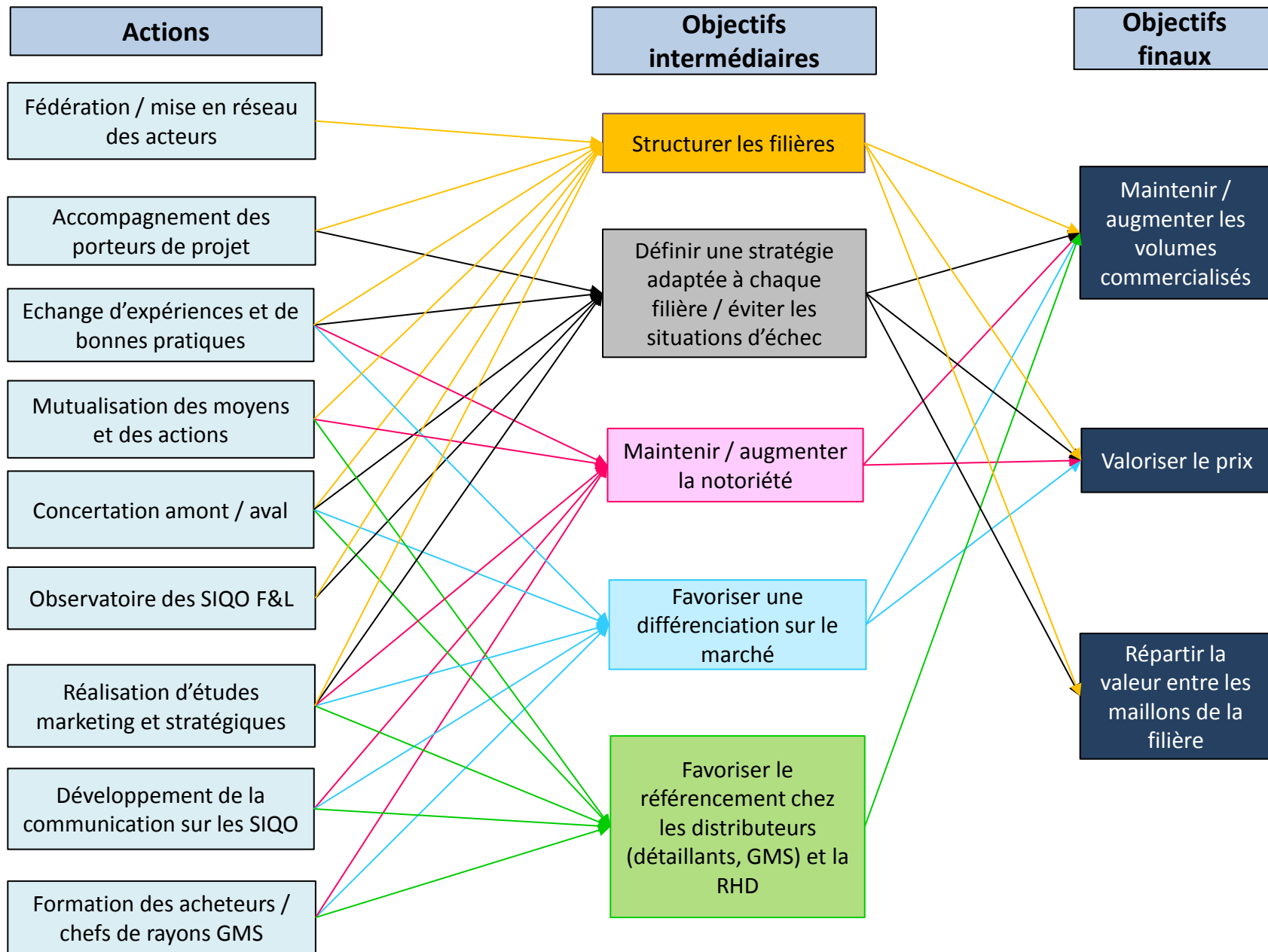
Autres dispositifs

- Diversité de soutiens possibles :
 - IRQUA :
 - Agence de l'Alimentation Nouvelle-Aquitaine (AANA)
 - IRQUALIM (Occitanie)
 - IRQUA Normandie
 - Qualité Nord-Pas de Calais
 - Alsace Qualité
 - Marques régionales :
 - Bienvenue en Gourmandie
 - Saveurs en'Or :
 - Sud de France
 - Produit en Bretagne
 - Dispositifs régionaux (hors FEADER): Nouvelle-Aquitaine, Occitanie par exemple

RECOMMANDATIONS



Logique d'intervention



Structuration des filières

1. Fédération / mise en réseau des acteurs
2. Accompagnement des porteurs de projet
3. Echanges d'expériences et de bonnes pratiques
4. Mutualisation des moyens et des actions
5. Concertation amont / aval

Développement des ventes

6. Observatoire économique des SIQO F&L
7. Réalisation d'études marketing et stratégiques
8. Développement de la communication sur les SIQO
9. Formation des acteurs du commerce

Merci pour votre attention



www.and-international.com

Contact :

Tanguy CHEVER

AND International

tanguy.chever@and-international.com

Tél. : 01 45 23 18 81