

● Juin 2017

Etude transversale sur les Signes d'Identification de la Qualité et de l'Origine (SIQO) dans la filière fruits et légumes

Etude financée par FranceAgriMer et Interfel
Etude réalisée par AND International,
Aubard Consulting et SPEED Development

Objectif et méthodologie

Cette étude vise à dresser un état des lieux de certains signes d'identification de la qualité et de l'origine (SIQO)¹ en France dans le secteur des fruits et légumes et à fournir des recommandations pour favoriser leur développement.

La méthodologie s'est articulée autour des tâches suivantes :

- une enquête en ligne auprès des organismes de défense et de gestion (ODG),
- une analyse des données économiques fournies par l'INAO,
- plus de 70 entretiens qualitatifs auprès des acteurs des filières SIQO,
- une analyse des cahiers des charges,
- une analyse des dispositifs de soutien,
- des benchmarks : filières viandes sous SIQO en France et filières AOP/IGP fruits et légumes en Italie, Espagne et Grèce.

Les fruits et légumes étudiés ici comprennent la gamme frais représentée par Interfel, élargie à quelques produits représentatifs pour les SIQO et enrichissant la réflexion (olives, pommes de terre, produits transformés).

Importance économique des SIQO en France (2015)

Cette analyse couvre 68 dénominations enregistrées en 2015. A cette date, **10 363 exploitations** sont engagées dans les filières SIQO dans le secteur des fruits et légumes. Les surfaces engagées représentent **49 065 hectares, soit 8,6% des surfaces françaises de fruits et légumes.**

374 000 tonnes sont produites sur ces surfaces, mais seuls **44 %** de cette production sont effectivement commercialisés sous SIQO. Cette différence s'explique par le déclassement lié au respect des exigences du cahier des charges, à

l'adaptation de l'offre à la demande du marché et à la stratégie des opérateurs vis-à-vis des SIQO.

Le chiffre d'affaires (CA) sous SIQO est estimé à 299 millions d'euros au stade d'expédition. La part de marché des SIQO en volume est de 1,1 % par rapport à l'ensemble de la consommation de fruits et légumes frais en France.

Les principaux secteurs sous SIQO sont : les fruits à noyau (Pruneau d'Agen IGP, Mirabelle de Lorraine IGP ...), les agrumes (Clémentine de Corse IGP ...), les noix et noisettes (Noix de Grenoble AOP, Noix du Périgord AOP ...), les haricots et lentilles (Coco de Paimpol AOP, Lentille Verte du Puy AOP ...) et les pommes et poires (Pomme du Limousin AOP ...).

L'analyse de la dimension économique de chaque dénomination et du niveau de différenciation par rapport aux produits équivalents hors SIQO montre que :

- **61 % des dénominations se trouvent dans des situations plutôt positives à très positives** : niveau de vente élevé et/ou forte différenciation avec plus de 15% de différentiel de prix par rapport au produit équivalent hors SIQO ;
- **18 % des dénominations se situent dans des situations intermédiaires** : faible niveau de vente et/ou faible différenciation ;
- **22 % des dénominations sont en échec ou dans des situations difficiles** : pas ou peu de ventes sous SIQO et faible différenciation.

On observe une concentration du CA autour de quelques dénominations. Les 5 dénominations les plus grandes (plus de 10 millions d'euros de CA chacune) représentent 62 % du CA total alors que 18 % des dénominations ne sont pas utilisées et que le CA de 32 % des dénominations utilisées n'excède pas 1 million d'euros.

Les actions de promotion / communication

Les moyens des ODG consacrés à la promotion / communication restent limités et sont estimés à 0,8 % du CA des filières sous SIQO. Un peu plus du tiers des ODG consacrent moins de 10 000 € / an à ces actions et 30 % y consacrent un budget supérieur à 50 000 € / an.

¹ SIQO couverts par l'étude : appellations d'origine contrôlées (AOP), indications géographiques protégées (IGP) et Label Rouge (LR) ; l'agriculture biologique n'entre pas dans le champ de l'étude.

De nombreux dispositifs existent pour accompagner les filières SIQO : FEADER, fonds de promotion de la Commission européenne, programme opérationnel national fruits et légumes, instituts régionaux de la qualité (IRQUA), marques régionales...

Trois types de démarches

L'étude a permis de distinguer trois types de démarches SIQO :

1. **Certification d'un bassin de production large** : la démarche vise à certifier la plus grande partie possible d'un bassin de production. La démarche est utilisée comme une « signature » du bassin de production (exemple : Clémentine de Corse IGP).
2. **Segment « premium »** : la production sous SIQO constitue le segment « premium » de la filière (exemple : Kiwi de l'Adour LR - IGP).
3. **« Microfilière »** : le SIQO vise à sauvegarder ou développer une filière très spécifique sur une zone limitée (exemple : Lingot du Nord LR).

Benchmarks

Filière viandes sous SIQO en France : la part des produits sous SIQO est plus importante dans les filières viandes que dans les filières fruits et légumes. Ainsi 15% de la production française d'agneaux et de volailles sont sous LR, AOP ou IGP. Les filières qualité sont structurées autour de fédérations nationales et les moyens consacrés à la promotion / communication peuvent atteindre 1 à 2 M€ par an pour la mise en place de campagnes nationales. Une telle structuration n'existe pas pour les SIQO fruits et légumes qui disposent de moyens de promotion globalement plus faibles.

AOP/IGP fruits et légumes en Italie, Espagne et Grèce : la plupart des constats réalisés en France sont communs à ceux réalisés dans ces autres pays.

On observe une **forte diversité dans la taille des dénominations**, les deux premières AOP/IGP représentent 73 % des ventes totales en Italie et 44 % en Espagne. Les ventes de nombreuses autres AOP/IGP restent limitées et un nombre significatif d'entre elles ne sont pas utilisées (13 % en Espagne). De plus, une partie significative de la production issue des parcelles AOP/IGP n'est pas commercialisée sous AOP/IGP (74 % en Espagne).

Pour un grand nombre de dénominations, les **moyens de promotion / communication restent limités**, ce qui est un frein pour le développement de la notoriété et des ventes.

Enfin, la **structuration collective** des filières AOP/IGP fruits et légumes est faible (en Italie, en Espagne et en Grèce).

Facteurs de succès pour les démarches SIQO

Cinq facteurs de succès ont été identifiés pour les démarches SIQO fruits et légumes :

- La présence d'un **leader professionnel** pour initier puis porter la démarche. En effet, un projet SIQO est une démarche de long terme dont les résultats ne sont tangibles qu'après plusieurs années, l'absence de leader rend difficile un tel investissement collectif.
- La **coordination et la stratégie autour du SIQO** : l'obtention du SIQO ne permet pas le développement de la filière, il s'agit d'un cadre dans lequel les opérateurs mettent en œuvre une stratégie collective (marketing, qualité...).
- L'adéquation du **cahier des charges** aux contraintes de chaque maillon de la filière : le cahier des charges doit retranscrire les points clés permettant une différenciation du produit, sans être trop restrictif sous peine d'exclure une partie de la production, mais aussi permettre une prise en compte des évolutions du secteur.
- La **différenciation du produit SIQO** : la démarche SIQO vient encadrer / soutenir une notoriété ou une différenciation existante. Le caractère « SIQO » seul ne permet pas un développement sur le marché.
- Un **intérêt trouvé par tous dans la démarche pour « jouer le jeu »** : la participation de tous les maillons de la filière est essentielle pour le succès des démarches SIQO. Pour que les opérateurs de l'aval « jouent le jeu » du SIQO, la démarche doit prendre en compte leur stratégie et les contraintes spécifiques de leur activité.

Recommandations

Sur la base de ces analyses, une série de recommandations a été formulée. Elles couvrent notamment la **structuration des filières SIQO fruits et légumes** via la fédération / mise en réseau des acteurs que l'interprofession pourrait accompagner. Dans ce cadre, une série d'objectifs serait à atteindre :

- l'accompagnement les porteurs de projet,
- l'échange d'expériences et de bonnes pratiques,
- la mutualisation des moyens et des actions,
- la concertation amont / aval.

Enfin, l'enjeu pour ce groupe d'acteurs qui réunirait l'ensemble de la filière et des acteurs concernés (INTERFEL, CTIFL, IRQUA, ODG, FranceAgriMer...) serait de renforcer la stratégie de mise en place ou de développement des SIQO fruits et légumes via notamment :

- un observatoire économique,
- des études marketing et stratégiques,
- le développement de la communication,
- la formation des acteurs du commerce aux SIQO.

Ont contribué à ce numéro : unité Filières spécialisées / service Marchés et études des filières