



LA PRODUCTION DANS LES PYRÉNÉES-ORIENTALES

Le département des Pyrénées-Orientales est le **1^{er} département** producteur de pêches et le **5^e** d'abricots en France métropolitaine. Dans les années 50, le développement de l'irrigation localisée a suscité une concentration particulière des productions fruitières sur le département, pour atteindre aujourd'hui 33%

du verger du Languedoc Roussillon.

Avec environ **600 exploitations** et **115 600 tonnes** (source SAA 2009), la production fruitière représente près de **24% du chiffre d'affaires des productions agricoles du département** (400 millions €).

TABLEAU 1. LA PRODUCTION FRUITIÈRE DES PYRÉNÉES-ORIENTALES

	volume total (en tonnes)	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
pêches nectarines	89 620 *												
abricots	16 900 *												
pommes	4 020 *	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
poires	634 *	●											
cerises	1 100 *												
kiwis	3 150 **	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
amandes	144 *	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

(*source : données SAA 2009 / ** source : Agreste 2055) - Produits et créneaux de production non exhaustifs

■ SAISON DE PRODUCTION/COMMERCIALISATION ● SAISON DE VENTE

LA CONSOMMATION

Le potentiel de consommateurs locaux est de 441 000 habitants, auxquels on peut ajouter 4 millions de touristes et 4 millions d'excursionnistes par an. On estime la consommation de fruits à 86 kg achetés par personne et par an en 2009 – tous fruits confondus, y compris agrumes et fruits exotiques, non produits sur le département (source CTIFL – France AgriMer, INTERFEL).

Si la population locale ne consommait que des fruits locaux, on atteindrait près de 38 000 t

de fruits/an. Même en considérant la population touristique et excursionniste, on voit bien que la production fruitière du département (115 600 t) est nettement supérieure au potentiel de consommation locale.

85.6 kg/ménage/an en 2010. Si l'on considère 2.3 personne/ménage (source INSEE), la population locale ne consomme que 17 200 t/an toutes origines confondues. La production locale de fruits est près de 6.7 fois plus importante que la consommation.

LA COMMERCIALISATION EN CIRCUIT LONG

Les volumes de production du département étant largement supérieurs à la consommation, la grande majorité des fruits est expédiée hors du département par 15

coopératives, 5 expéditeurs privés et un certain nombre de producteurs expéditeurs et de grossistes.

LA COMMERCIALISATION EN CIRCUITS DE PROXIMITÉ

La production fruitière est commercialisée, sur le marché local, via 5 canaux de distribution :

- Formes centralisées de mise en marché de la production (regroupement commercial de l'offre et/ou regroupement sur un même lieu) :
 - Les coopératives, SICA, expéditeurs privés, grossistes,
 - Le marché de production de Perpignan,
 - Jardin de Perpignan.

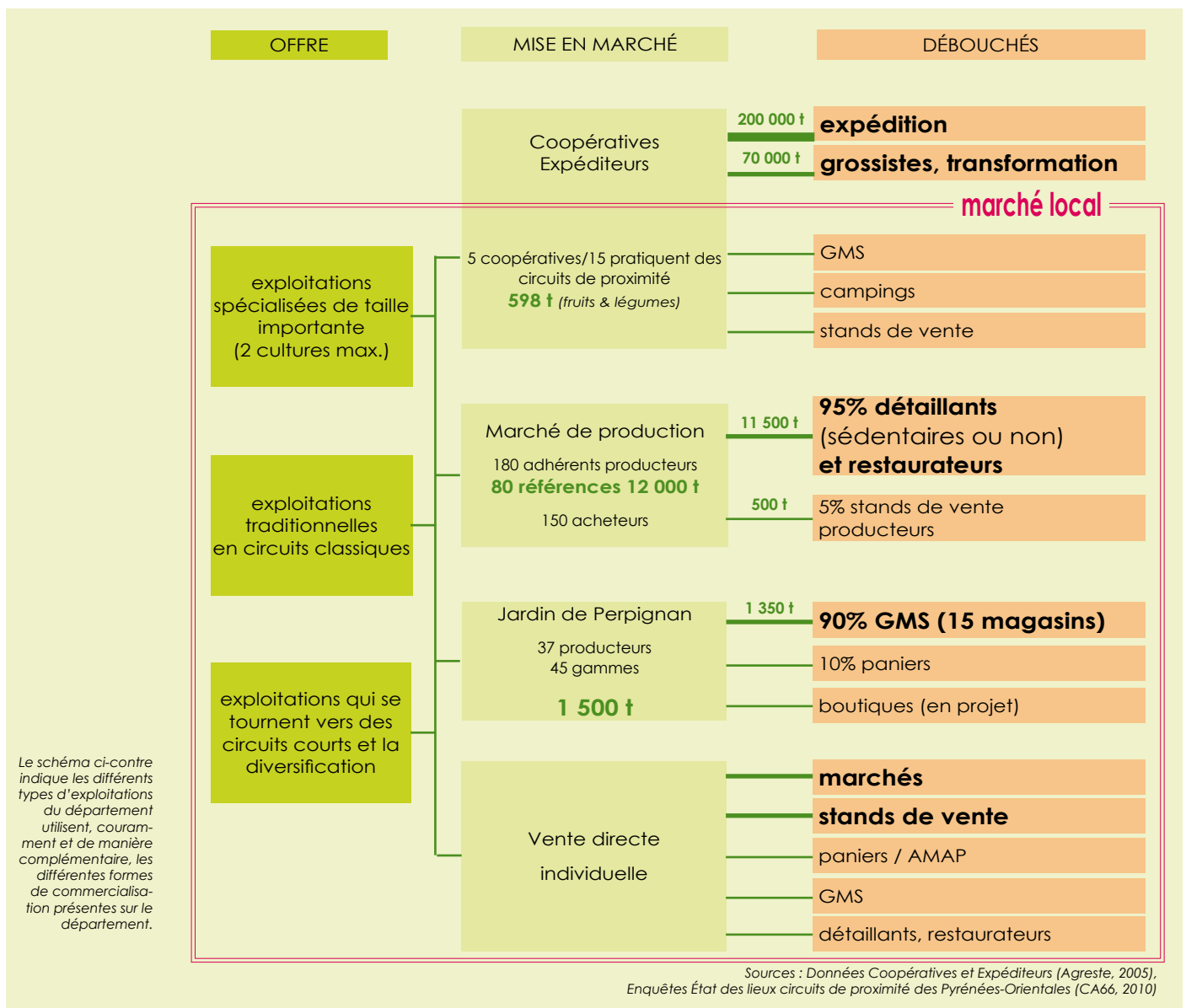
- Formes individuelles de mise en marché de la production :

- Vente directe et à 1 intermédiaire quel qu'il soit (GMS, détaillants, restaurateurs...),
- Producteurs expéditeurs.



LA COMMERCIALISATION EN CIRCUITS DE PROXIMITÉ

SCHÉMA 1. LES CIRCUITS DE PROXIMITÉ FRUITS & LÉGUMES



■ Les coopératives et expéditeurs

Si les coopératives et expéditeurs des Pyrénées-Orientales, commencent à s'intéresser à la commercialisation en circuits de proximité, ces derniers restent toutefois considérés comme une économie de niche. Les actions commerciales sur les circuits de proximité (plus ou moins affirmées en fonction des projets et des moyens mobilisés) répondent d'une part à la volonté d'utiliser l'image favorable des marchés locaux et d'autre part à la pression des adhérents coopérateurs pour la valorisation économique d'une partie de leur production.

Cependant, il semble que l'investissement sur les circuits de proximité dépende du cours des marchés. Ainsi, lorsque le marché en circuit long ou sur les écarts de tri est « bon », les circuits de proximité sont peu sollicités contrairement aux périodes de crises conjoncturelles où ils sont plébiscités.

5 COOPÉRATIVES FRUITS ET LÉGUMES ONT FAIT LE CHOIX, DEPUIS AU MOINS 3 ANS, DE COMMERCIALISER UNE PARTIE DE LEURS PRODUCTIONS EN CIRCUITS DE PROXIMITÉ :

- Mise en place d'un **stand de vente à l'année** sur le site d'une coopérative depuis une dizaine d'années (80 tonnes de pêches, nectarines et pommes + des jus de fruits). La coopérative a élargi la gamme des produits proposés à d'autres filières (viande bovine, fromages, miel, vins). Elle organise également, depuis 2 ans, une manifestation « la journée du goût et du terroir » en partenariat avec les syndicats de producteurs locaux.

- Développement depuis 3 années, d'un **partenariat entre deux coopératives et Jardin de Perpignan**, spécialisé dans la commercialisation en circuits de proximité (150 tonnes, majoritairement en pommes de terre primeurs du Roussillon, artichauts, concombres et abricots).

- Développement d'un **service commercial saisonnier pour l'approvisionnement de campings et stands de vente et vente toute l'année auprès des GMS locales en direct** (300 tonnes, essentiellement fruits, faible pourcentage de légumes).

- Développement de **stands de vente saisonniers** avec un salarié, soit sur le site de la coopérative soit sur des lieux stratégiques (routes fréquentées ou villages). À ce jour, seule une coopérative (en plus de celle citée ci-dessus) maintient cette activité, tandis que deux autres l'ont arrêtée.

En parallèle à ces démarches, une action de commercialisation de pêches-nectarines sur un segment « mûr à point » a été mise en place au niveau départemental, avec l'approvisionnement de 3 grandes surfaces en direct (un Auchan et deux Carrefour), sans passer par les centrales d'achat. Cette démarche met en place une marque collective « **La Vallée des Pêches** ». L'objectif est d'identifier la production locale et « mûre à point » dans les rayons et de promouvoir la commercialisation de proximité. 4 coopératives y participent. L'approvisionnement en productions locales des GMS en direct est depuis longtemps pratiqué par les coopératives et expéditeurs du département. Néanmoins, l'identification des produits via cette marque collective, représente une nouveauté dans la pratique commerciale des coopératives. Ceci tend à confirmer l'intérêt émergent de ces dernières pour les circuits de proximité et une meilleure valorisation économique de leurs productions. Ce projet leur permet de s'identifier comme un acteur impliqué sur le marché local des GMS.

Le modèle de distribution coopératif et d'expédition reste le modèle dominant pour la mise en marché de la production maraîchère des Pyrénées-Orientales. En revanche, sur le plan de la commercialisation locale, les coopératives sont peu présentes. En effet, bien que certaines soient impliquées sur les circuits de proximité, les écarts importants entre les volumes produits et le potentiel de consommation locale contribuent à une rapide saturation du marché local. De plus, c'est bien l'état du marché à l'expédition qui conditionne l'investissement ou non des opérateurs sur le marché local.

■ Deux formes collectives de commercialisation

Si l'on considère les volumes de fruits vendus sur le marché local, deux formes particulières se détachent (cf. schéma 1 « Circuits de proximité Fruits et légumes ») :

« COOPÉRATIVES »*

Statut sui generis. Créées par un groupe d'agriculteurs, les coopératives sont organisées en conseil d'administration issu d'une Assemblée Générale afin de gérer en commun l'utilisation d'outils de production, de conditionnement, de stockage, de commercialisation et de transformation des produits de leurs exploitations.

« SICA » (SOCIÉTÉ D'INTÉRÊT COLLECTIF AGRICOLE)

Ses fonctions relèvent de celle de la « Coopérative ». La différence est faite au niveau des statuts de la Société qui peut déterminer son caractère civil ou commercial.

« EXPÉDITEURS PRIVÉS » ET « PRODUCTEURS EXPÉDITEURS »

Ces formes correspondent à des services commerciaux pour la mise en marché des productions agricoles. Celle-ci se fait bien souvent à l'échelle nationale ou internationale. La mise en circulation des productions peut être à la charge d'une entreprise du négoce pour les produits de différentes exploitations agricoles dans le cas d'un expéditeur privé, ou assurée par le producteur lui-même qui commercialise ses propres productions dans le cas d'un producteur expéditeur. Ainsi le producteur expéditeur a la capacité de produire de gros volumes (en fonction du type de production), de les conditionner et enfin de les expédier à l'extérieur du département.

*Source : site internet Coop de France (www.coopération-agricole.coop)

- **Le marché de production** : regroupement, en un lieu physique, de l'offre (producteurs, coopératives) et de la demande professionnelle (détaillants, grossistes, restaurateurs...). Producteurs et acheteurs doivent cotiser pour pouvoir vendre ou acheter des produits. L'acte de vente reste, quant à lui, individuel. Le marché de production voit passer 12 000 tonnes de fruits et légumes par an, vendues en quasi-totalité auprès des détaillants et ponctuellement aux restaurateurs du département.

La Communauté d'Agglomération Perpignan Méditerranée est propriétaire et gestionnaire du marché. Elle pilote actuellement un projet de développement du marché, en étroite collaboration notamment avec l'association des Producteurs et la Chambre d'Agriculture.

- **L'association Jardin de Perpignan** : groupe de producteurs qui a créé une marque collective « Jardin de Perpignan » pour commercialiser localement des fruits et légumes identifiés. Ils proposent le regroupement commercial de l'offre (l'acte de vente est collectif) et la livraison et privilégient deux cibles :

- les GMS locales : ils ont su développer un lien étroit de commercialisation en direct avec une quinzaine de grandes et moyennes surfaces du département,

- les particuliers : livraison de paniers hebdomadaire.

Depuis la création du groupe en 2001, les volumes commercialisés n'ont cessé d'augmenter pour atteindre 1 500 tonnes en 2009.

■ Les producteurs qui pratiquent la vente directe

La vente directe individuelle est pratiquée, soit à titre principal, soit en complément d'autres circuits de commercialisation selon les formes suivantes :

- **Les stands de vente et les marchés** (36 marchés de plein vent à l'année) constituent le principal mode de vente directe. Le nombre de stands de vente n'est pas connu de manière exhaustive. Le réseau départemental Bienvenue à la Ferme comptabilise 22 arboriculteurs, dont 13 sont aussi maraîchers, sur les 90 adhérents en 2010 (soit 24%). Parmi eux, 8 transforment au moins une partie de leur production, les autres vendant des fruits frais. 12 possèdent un stand de vente, plus ou moins proche de la ferme, avec des horaires d'ouverture fixes. 9 d'entre eux commercialisent leur production exclusivement par ce biais. Seulement 5 producteurs sur 22 commercialisent sur les marchés, ces derniers proposent systématiquement de venir s'approvisionner directement à la ferme, sur rendez-vous.

- On recense **4 AMAP** situées à Perpignan, Argelès, Saint Hippolyte et Pézilla la Rivière, avec une activité de 14 à 70 paniers/semaine.

- Le département présente une particularité au niveau de la promotion des produits agricoles au travers des **Fêtes et Marchés de Producteurs** (Fêtes de la Pomme, de l'Artichaut, de l'Abricot, de la Cerise et de la Patate de montagne).

La pratique de la vente directe semble être en grande progression dans la filière fruits. D'après les services de la Chambre d'Agriculture, les formes de distribution hors coopératives, notamment la vente directe, semblent intéresser les producteurs dès le projet d'installation (près de 50% des projets d'installation en fruits et légumes prévoient la commercialisation en vente directe). Cependant, les sources d'informations qui permettent de renseigner sur l'importance de cette activité commerciale, les volumes ou chiffres d'affaires qu'elle représente, sont rares.

TABLEAU 2. SYNTHÈSE DU POSITIONNEMENT STRATÉGIQUE DES STRUCTURES DE DISTRIBUTION DES FRUITS EN CIRCUIT DE PROXIMITÉ DANS LES PYRÉNÉES-ORIENTALES

OPÉRATEURS	PRODUITS	CIRCUITS	STRATÉGIES
COOPÉRATIVES	Pêches Nectarines Pommes	80 t vendues sur le stand de vente de la coopérative	<ul style="list-style-type: none"> Élargir la gamme des produits en vente en proposant une diversité de produits du département (Viande sous vide, fromages...) Valoriser les produits de 2de catégorie
	Pêches Nectarines Pommes Cerises Kiwi Fruits Bio	300 t (chiffre global Fruits & Légumes) réparties entre : - GMS - Stands de ventes - Marchés - Campings	<ul style="list-style-type: none"> Développer et renforcer l'approvisionnement des GMS en direct Élargir des débouchés de commercialisation Emploi, depuis 2008, d'un salarié commercial saisonnier
	Pêches Concombres Artichaut	100 t commercialisées par Jardin de Perpignan débouché : GMS locales	<ul style="list-style-type: none"> Partenariat avec Jardin de Perpignan
	Tous	Stands de vente privés	
JARDIN DE PERPIGNAN	Tous	GMS Boutique en ligne pour le particulier	<ul style="list-style-type: none"> Augmenter le nombre de références Créer une boutique Développer la vente directe aux particuliers en proposant l'ensemble des produits du département avec notamment la mise en place de commande à la carte pour la constitution des paniers
MARCHÉ DE PRODUCTION	Tous	Commerces de proximité Restaurateurs Stands de vente	<ul style="list-style-type: none"> Développer l'approvisionnement de petites surfaces de distribution Structurer une annexe au marché de production pour intégrer les débouchés RHD et développer la restauration Promouvoir et communiquer sur le marché de production auprès des professionnels commerçants du département (donner une lisibilité au marché de production dans le département)
Producteurs « Bienvenue à la Ferme »	Tous	Stands de vente Marchés, Fêtes et Foires À la ferme Sur rendez-vous	
Ateliers de transformation individuels	Pommes Poires Petits fruits	Marchés Fêtes et Foires	

ENVIRONNEMENT, CONTEXTE

Le site du Marché privé international de Saint Charles représente un pôle majeur de concentration de fruits et légumes d'importation. Une part de ces produits est vendue localement. Cette pratique représente une concurrence non négligeable pour la commercialisation locale des fruits et légumes du département. Néanmoins certaines coopératives, situées à proximité de ce marché, bénéficient de cette localisation avantageuse pour les circuits longs ou l'élargissement de leur gamme en circuits courts (logistique

disponible grâce au flux conséquent de marchandises qui passent par ce marché).

En termes de potentiel de consommation, l'importante fréquentation touristique des Pyrénées-Orientales représente un pic saisonnier de consommateurs en adéquation avec la haute saison de production fruitière. A l'inverse, la production de fruits est faible hors saison estivale (pommes, kiwis). Enfin, on peut noter l'augmentation régulière de la population du département et donc des consommateurs potentiels.

PERSPECTIVES DE DÉVELOPPEMENT EN CIRCUITS DE PROXIMITÉ

Les fruits du département sont présents en saison, dans les rayons des GMS, mais ils suivent les circuits d'approvisionnement classiques, via les centrales d'achat. **En dehors des stands de vente et marchés, les circuits de proximité sont encore peu développés localement**, bien que les Pyrénées-Orientales soient l'un des premiers producteurs de fruits d'été en France.

Plusieurs initiatives intéressantes se structurent au niveau des coopératives, mais restent sur des volumes limités. D'autres segments de commercialisation sont **encore à développer** auprès des particuliers, tels que les **AMAP et les paniers**. À ce jour, à l'exception de quelques producteurs individuels, seul le **collectif Jardin de Perpignan s'est organisé pour alimenter**

l'agglomération Perpignanaise.

Un nouvel axe d'approvisionnement à investir en fruits locaux, serait la **restauration hors domicile**, avec l'optique du fruit frais transformé par les restaurateurs.

L'aspect commercial en circuits de proximité tend à devenir une composante à part entière des dossiers d'installation, accompagné par une tendance à la diversification sur de petites surfaces agricoles. **50% des projets d'installation en fruits et légumes** présentent un atelier de commercialisation en circuits courts ou vente directe. Le nombre de producteurs ayant au moins un circuit de commercialisation dit « court » s'élève à une centaine.

APPROCHE CRITIQUE DE L'ANALYSE

L'évaluation des volumes de fruits qui empruntent les circuits de commercialisation en vente directe reste difficilement quantifiable. Le nombre de producteurs, au moins inscrits à titre principal, qui pratiquent la vente directe n'est pas inventorié. Ceci limite l'estimation des parts de volumes de fruits qui

empruntent les différents canaux de commercialisation sur le marché départemental.

D'après les chiffres nationaux (Insee, Interfel, Ctifl) les circuits courts représentent au mieux 15% des volumes.

BIBLIOGRAPHIE ET ÉTUDES EN COURS

PUJULA.A.L, 2007, *Les Foires agricoles, des organisations socio-techniques à mieux valoriser : le cas de l'Aude et des Pyrénées Orientales*, Mémoire SupAgro Montpellier, Cham bres d'agriculture Aude et Roussillon.

AGRESTE 2007, *Enquête sur la structure des Vergers en 2007* ([http://agreste.maapar.ibn.fr/ Reportfolders.aspx](http://agreste.maapar.ibn.fr/Reportfolders.aspx))

SAA 2009 : *Statistique Agricole Annuelle 2009*

PSDR COXINEL « *Les circuits courts de commercialisation en agriculture et agroalimentaire : des innovations pour le développement régional* » (Filière Fruits & Légumes)

