



Les enjeux pour les légumes frais et pommes de terre en Normandie

Groupe Prospective

37b

Les tendances de la consommation telles qu'elles se dessinent à l'horizon 2020 nous permettent de positionner les légumes normands.

Une croissance lente mais régulière de la consommation des légumes...

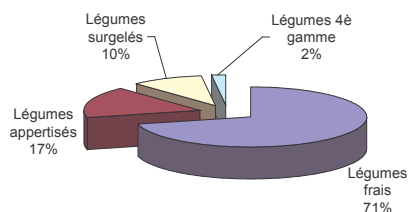
Dans le monde, depuis les années 1960, la consommation totale de légumes/habitant progresse lentement mais régulièrement, pour arriver autour de 120-130 kg/an/personne dans les années 2000. La France connaît une croissance globale de consommation plus forte qu'au niveau mondial. Une projection en tendance suggère que la consommation totale de légumes devrait encore progresser pour arriver, en France, à plus de 140-143 kg/personne en 2020.

... mais un déclin de la pomme de terre

En France, depuis plusieurs années, la consommation totale de pommes de terre régresse : 115 kg/personne en 1960 contre 66 kg/personne en 2002. Quoique atténuée, cette tendance baissière se poursuit encore actuellement. La consommation totale de pommes de terre pourrait arriver, en France, à 60 kg/personne en 2020.

Vers un développement des nouvelles utilisations des légumes

Achats de légumes (hors pde terre) :
part de marché en volumes
(données TNS Worldpanel 2006)



Sous l'influence de l'évolution du mode de vie (développement du travail des femmes, de la restauration hors domicile), la demande en légumes et pommes de terre a évolué. Ils sont passés de matière première brute vendue en l'état, à des produits de plus en plus élaborés. A côté du segment traditionnel encore bien présent des légumes et pommes de terre bruts (1^e gamme), de nouvelles valorisations et utilisations se sont développées : ingrédients pour les IAA, accompagnement pour la RHD, services pour les particuliers (4^e et 5^e gamme, plats cuisinés préparés, surgelés)...

En France, les légumes 4^e gamme (salade en sachet, prête à consommer, notamment) se classent parmi les marchés à fort développement. Depuis 1997, les quantités de produits 4^e gamme achetées et les sommes dépensées ont doublé (taux de croissance annuel de l'ordre de 10 %). Le taux de pénétration (part des foyers qui en achètent) connaît également une croissance régulière (36 % en 1997 contre 54 % en 2004). Florette, filiale du groupe coopératif normand Agrial est leader européen sur ce marché.

La 5^e gamme se développe également. A côté des pommes de terres sous vide, on voit apparaître un certain nombre d'innovations comme des sachets de pommes de terre ou d'endives "spécial cuisson au micro-onde", des préparations de légumes pour ratatouille...

Un nécessaire travail d'innovation et de segmentation des légumes normands

Malgré une production légumière modeste, la Normandie est parmi les régions leaders pour la culture de poireau, navet, céleri rave, scarole, carotte, salsifis. La plupart des productions légumières régionales est fortement connotée "hiver" et encore largement commercialisée à l'état brut. L'évolution des modes de consommation privilégie de plus en plus des légumes conditionnés, prêts à l'emploi, ce qui n'est pour le moment pas le cas des leaders des légumes normands qui restent dans l'ensemble peu marketés (même si des tentatives ont été lancées) et peu transformés (la difficulté de préparation et de mise en œuvre par les ménagères peut freiner les achats).

Même si la région recense quelques outils de transformation industriels innovants (salade 4^e gamme Florette, purée 5^e gamme Créaline, légumes prêts à l'emploi Lunor), la majorité des légumes y est encore commercialisée à l'état brut, via les grandes surfaces ou les marchés locaux. Un travail de segmentation de la gamme proposée par les maraîchers normands (en fonction de la diversité de typologie des acheteurs : IAA, RHD, particuliers de moins en moins disposés à cuisiner) s'avère nécessaire pour pouvoir maintenir le niveau de production et répondre à ces nouvelles demandes.

Les ventes de légumes dopées par les recommandations santé ?

Les évolutions tendanciennes de la consommation tablent sur une croissance de la demande en légumes et sur une légère diminution de la demande en pommes de terre, à l'horizon 2020, aussi bien au niveau français qu'europpéen.

Dans les autres scénarios, l'évolution (positive ou négative) de la demande en légumes et en pommes de terre est fortement corrélée au pouvoir d'achat des ménages. La consommation de légumes se développe rapidement dans les foyers avec l'élévation du pouvoir d'achat (type scénario nordique et USA) et plafonne beaucoup moins que d'autres produits dans les catégories aisées. La consommation de légumes sera d'autant plus importante que les ressources financières des ménages aux revenus modestes progresseront. Au contraire, la pomme de terre ne se développe que dans les ménages à faible revenu (type scénario crise sociale).

Mais, outre le pouvoir d'achat des ménages, un autre facteur pourrait, à terme, influencer sur la consommation de légumes des ménages : la politique nutritionnelle des Etats (comme ce fut déjà le cas en Finlande).

FRUITS ET LÉGUMES FRAIS



DE 5 À 10 PAR JOUR

En France, le Programme National Nutrition Santé (PNNS), soutenu par les Pouvoirs publics, dont l'objectif est d'améliorer les modes d'alimentation pour combattre les cancers, les maladies cardio-vasculaires, l'obésité, l'ostéoporose et le diabète, recommande une plus forte consommation de fruits et légumes frais, avec le slogan "5 à 10 fruits et légumes frais par jour".

Les légumes normands : du point de vue de la consommation

POINTS FORTS	POINTS FAIBLES
<p>Des entreprises innovantes sur des segments en croissance.</p> <p>Légumes = qualité nutritionnelle.</p> <p>Normandie = image nature.</p> <p>Proximité de bassins de consommation importants.</p> <p>Une longueur d'avance sur les préoccupations santé et environnement (phytos).</p>	<p>Gamme légumière basique, hivernale (chou fleur, navet, poireau, céleri...).</p> <p>Trop peu de légumes transformés, peu d'outils industriels de préparation en région.</p> <p>Marketing à développer.</p> <p>La Normandie n'est pas perçue comme une grande région légumière.</p>

Sophie CHAUVIN - Chambre Régionale d'Agriculture de Normandie - Mise à jour : 26 juillet 2006