Drôme

MARCHÉ / Déjà bousculée par les adaptations au changement climatique, la filière fruits et légumes est également touchée par la situation économique française et internationale. Dans un contexte inflationniste, le sujet de la consommation est au centre des interrogations des professionnels.

Consommation : des tendances porteuses d'optimisme

« *Rarement, nous avons traversé une période avec autant d'incertitudes : les impacts du changement climatique, le sujet majeur de l'emploi et des ressources humaines, l'évolution du comportement d'achat du consommateur, la pression de l'écologie politique, avec une concurrence intra européenne toujours aussi féroce, le tout exacerbé par la désormais crise internationale durable qui se joue aux portes de l'Union européenne...* », a lancé Régis Aubenas, président de l'association Fruits Plus, en décembre dernier à Valence (26). Réunis à l'occasion des 10e RDV de l'Arbo en Auvergne-Rhône-Alpes, les professionnels de la filière fruits à noyau – près de 250 personnes présentes – ont pu échanger sur les enseignements à tirer en termes de consommation de leurs produits. « *Depuis 2020, les attitudes et les comportements ont beaucoup évolué. Ces dernières années, les consommateurs ont fait plus de repas à domicile et privilégié des produits frais et locaux. Ils ont donc eu l'opportunité d'acheter et de consommer davantage de fruits et légumes frais* », a expliqué Catherine Baros, experte socio-économique au sein du Centre technique interprofessionnel des fruits et légumes (CTIFL). « *Globalement, les ménages achètent en moyenne 15 kg / an de fruits d'été chaque année* (source Kantar, NDLR) », a annoncé Cécilia Celeyrette, directrice adjointe Stratégie filières de l'association interprofessionnelle des fruits et légumes frais (Interfel). Les melons, pêches et nectarines (soit 80 % des quantités achetées par les ménages, NDLR) ont davantage la cote auprès du grand public.

Régis Aubenas, président de Fruits Plus.

Une problématique d'offre

« *En dix ans, les achats de fruits d'été des ménages ont diminué en quantité, mais pas en valeur. Cela s'explique notamment par la problématique de l'offre, dans une période de moindre production ces dernières années* », a-t-elle ajouté. La corrélation des ventes avec les conditions météorologiques est évidente. « *Nous avons eu un bel été 2022 au niveau de la météo, ce qui a permis aux produits estivaux, dont les fruits et légumes frais, d'avoir relativement de bons niveaux d'achat en dépit du contexte économique général* », a prévenu Cécilia Celeyrette.

Ces dernières années, les prix des fruits et légumes ont fortement évolué, du fait des aléas climatiques successifs. Selon l'Insee, le gel 2021 a entraîné une hausse des prix de 8 %, les pluies 2022 ont conduit à une hausse de 7 % et enfin, la sécheresse inédite aurait mené à une augmentation de 21 %. Désormais, c'est le contexte inflationniste qui devrait modifier les arbitrages. « *Nous ne sommes pas encore dans une phase de déconsommation. Nous observons plutôt un glissement de gamme avec des achats qui se maintiennent en volumes* », a-t-elle poursuivi. Et d'ajouter : « *selon les tendances globales françaises, européennes et mondiales, nous sommes au pic de l'inflation. Le taux devrait être à la baisse à la fin du premier trimestre 2023. À nous de faire évoluer les choses pour que les fruits et légumes soient encore au centre de l'alimentation.* »

Le jour d'après

« *Nous parlons de transition alimentaire, mais on s'approche davantage d'une rupture. En France, nous parlons beaucoup de l'importance de la saveur et du plaisir de l'alimentation, mais nous devons aussi nous adapter au changement climatique. Il est important de mettre l'accent sur la recherche et l'expérimentation afin d'adapter les cultures à ce nouveau bouleversement. Par ailleurs, la végétalisation de l'alimentation est une opportunité pour la filière des fruits et légumes frais, au détriment de la filière viande* », a énoncé Catherine Baros. En ce sens, la filière a donc tout à gagner.

Appelé à témoigner en tant qu'expert, Christophe Audouin, co-fondateur et président de Bio & Lo et président de Simple comme Bonjour, se veut toutefois plus mesuré. Il insiste notamment sur la concurrence avec les produits alimentaires. « *Il va falloir que les filières alimentaires replacent, de manière très urgente, le sujet de la part de l'alimentation dans le budget des ménages. Aujourd'hui, nous nous battons contre Betclic, Amazon, Netflix et autres Zara... Nous n'aurons jamais autant de budget alloué à la communication que ces concurrents. En revanche, nous avons une chance : l'alimentation, c'est quelque chose que l'on partage, que l'on évoque. Il faut s'appuyer sur ce marqueur de réussite communautaire* », a-t-il déclaré.

« *La filière est solide et tient le choc dans cette conjoncture. Mais face aux incertitudes liées au contexte international anxiogène, nous avons toutes les raisons d'être inquiets. Cependant, nos décideurs régionaux croient en nous avec l'arrivée d'un nouveau plan fruits en Auvergne-Rhône-Alpes de 16 M€ sur trois ans (2023 - 2026)* », conclut le président de Fruits Plus, Régis Aubenas. ■

Amandine Priolet

Cécilia Celeyrette est directrice adjointe Stratégie filières de l'association interprofessionnelle des fruits et légumes frais (Interfel).

Catherine Baros est experte socio-économique au sein du Centre technique interprofessionnel des fruits et légumes (CTIFL).

ALIMENTATION / Les jeunes générations consomment moins de fruits et légumes frais. Le sujet de l'éducation alimentaire à l'école est sur la table.

Une éducation nécessaire ?

Depuis quelques années, la consommation des fruits et légumes frais est en recul sur le créneau des nouvelles générations : « *nous sommes dans un contexte de rupture de transmission de la transformation au foyer* (préparation culinaire, NDLR) *puisque nous sommes sur les premières générations de ¨grands-parents Picard ¨, qui ne cuisinent plus* », déclare Delphine Taillez-Lefebvre, directrice adjointe de l'agence pour la recherche et l'information en fruits et légumes (Aprifel). Dans ce contexte, il serait opportun d'ouvrir le sujet de l'éducation alimentaire à l'école.

« *Un travail est en cours avec le gouvernement pour voir comment il est possible d'introduire le sujet de l'éducation alimentaire afin que la transformation soit acquise par les enfants et les nouvelles générations, et ce, dans la durée. Il faut pouvoir s'appuyer sur la pédagogie des enseignants, qui seront dans ce contexte, des atouts phares* », poursuit-elle. L'an dernier, plus de 35 000 enfants ont reçu une sensibilisation à l'équilibre alimentaire au petit-déjeuner avec un diététicien. « *C'est important de rendre l'enfant acteur de son alimentation, de lui donner envie de goûter et de découvrir de nouvelles saveurs* ». De plus, selon Jérémie Lafraire, chercheur en sciences cognitives à l'institut Paul Bocuse, l'exposition indirecte et implicite aux fruits et légumes (à travers des vidéos, des livres ou autres modules académiques) entraîne une augmentation de la consommation de ces produits.

Un travail est en cours avec le gouvernement pour voir comment il est possible d'introduire le sujet de **l'éducation alimentaire dans les écoles.**

Un enjeu sanitaire d'envergure

Alors que le taux d'obésité chez les enfants a été multiplié par dix en quarante ans, l'alimentation est aujourd'hui, plus que jamais, au cœur des enjeux sanitaires. « *La recommandation de manger cinq fruits et légumes par jour, soit au moins 400 g par jour, existe depuis 2001. Or, en France, seulement un tiers des consommateurs suit aujourd'hui ces recommandations. C'est d'autant plus dommage lorsque l'on sait qu'en consommant davantage de fruits et légumes, on réduit le taux de mortalité...* », note Delphine Taillez-Lefebvre. Dans le monde, une alimentation de mauvaise qualité nutritionnelle figure parmi les premières causes de mortalité, engendrant 11 millions de décès chaque année. « *Manger des fruits et légumes permet de faire de la prévention sur différentes maladies : hypertension artérielle, asthme, maladies cardiovasculaires, diabète, cancers du côlon et hormono-dépendants, etc. Cependant, les nouvelles générations ne veulent pas entendre parler de santé. Quand on est jeune, on n'a pas peur de mourir...* », souligne la directrice adjointe d'Aprifel. ■

A.P.

56 % des Français pensent arbitrer entre l'énergie et l'alimentaire en 2023 ✓

Plus de la moitié des Français (56 %) pensent qu'ils vont devoir faire des arbitrages entre leurs dépenses énergétiques et leurs dépenses alimentaires en 2023, selon un sondage OpinionWay réalisé début décembre pour Bonial, spécialiste du drive-to-store (marketing visant à attirer les consommateurs vers les magasins physiques). La grande majorité des sondés ont un sentiment négatif vis-à-vis de leur pouvoir d'achat (81 %) et huit consommateurs sur dix pensent que leur pouvoir d'achat va se dégrader par rapport à 2022. Plus inquiétant, 34 % ont du mal à boucler leur fin de mois et 37 % estiment que leur pouvoir d'achat ne leur permet pas de vivre décemment. Ces deux chiffres sont en hausse de trois points par rapport à août 2022. 82 % des sondés ont le sentiment que les prix des achats contraints (logement, emprunt, charges, transports...) augmentent (+ 4 pts). Ils sont également 82 % à avoir l'intention de faire évoluer leurs comportements d'achat. D'abord « *en étant plus attentif aux prix* » (43 %). Puis « *en réduisant (leur) consommation d'énergie* » (35 %), « *en recherchant davantage de promotions* » (34 %) et « *en réduisant (leurs) achats au strict nécessaire* » (25 %). Enfin, 18 % prévoient de « *fréquenter davantage les enseignes discount* ». Seuls 10 % des sondés prévoient de faire des stocks de produits alimentaires. ■

Agra