

● ABRICOT

Clarifier l'offre, organiser la recherche et la mise en marché

À Sabine Alary l'introduction, et à Bruno Darnaud la conclusion. Les deux représentants professionnels ont pris la parole le 1^{er} septembre dernier à l'occasion de la présentation variétale 'abricot', organisée conjointement par le CTIFL de Balandran et la Serfet-Sud Expé, qui se tenait à Balandran. L'occasion pour les deux élus de faire passer quelques messages alors que la campagne 2016 touche à sa fin.

« Difficile de tirer un bilan de cette campagne 2016 tant les situations auront été variables par région, avec des charges et des qualités irrégulières en fonction des zones touchées ou non par la grêle. Mais globalement, la campagne 2016 n'a pas été satisfaisante, hormis pour ceux passés entre les aléas climatiques », commençait Sabine Alary, co-présidente de la SIPMM.

Revenant sur son alerte de début de campagne, lancée au Medfel sur les « fruits cabossés », la présidente a insisté sur le fait qu'il ne s'agissait pas de faire de l'alarmisme, mais d'informer : « Cette prise de position rappelant que la vallée du Rhône avait grêlé a permis d'ouvrir des portes et des marchés en France ». Car l'année 2016 semble bel et bien confirmer les signaux faibles ressentis ces dernières campagnes : le marché export se tend de plus en plus et les opérateurs regardent déjà la concurrence espagnole et italienne en 2017 avec inquiétude. « Les programmes export cette année n'ont jamais vraiment démarré et les débits ont été lents », notait d'ailleurs Sabine Alary, rappelant que la campagne n'était pas encore finie : « Il reste des abricots dans les stations, car le créneau tardif a dû faire avec un retard végétatif ».

L'industrie se reporte sur le frais. Autre enseignement de l'année : le marché industriel. « L'industrie a joué le jeu... sans jouer le jeu.

Une fois que les usines ont été pleines, que l'on ait contractualisé ou non, elles se sont refermées, notamment chez Andros. Déjà mal en point sur le marché de la pulpe, le B2, ou brut de cueille, est revenu sur le marché du frais, ce qui a alourdi la situation. Seule l'industrie haut-de-gamme s'est bien tenue, mais il faut dire que l'on manque de produit », résumait Sabine Alary. L'Afidem, l'association des fruits et légumes transformés, a d'ailleurs demandé à suivre les travaux sur les variétés, car peu sont adaptées à ce marché spécifique. « Leur préoccupation, ce n'est pas la couleur, c'est la tenue, un bon équilibre entre sucre et acidité, le dénoyautage... », détaillait d'ailleurs la présidente avant de conclure : « Si l'on ne veut pas que la filière abricot suive les pas de la filière pêche-nectarine, nous devons nous prendre en main que ce soit sur le marché français ou à l'export. Il nous faut travailler ensemble sur la segmentation à porter, sachant que c'est le consommateur final qui décide. Si son premier abricot le déçoit, il ne revient pas en acheter pendant trois semaines ».

Export : la concurrence de proximité se renforce. À l'export, la présidente réitère sa demande lancée l'an passé d'un travail dédié sur le grand export, « avec des abricots bons, beaux et solides, capables de tenir 20 jours de transport pour nous permettre d'aller conquérir de nouveaux marchés, la concurrence se renforce à proximité : Espagne et Italie produisent aujourd'hui les mêmes abricots que nous puisque nous leur avons vendu les plants, mais avec plus de précocité ».

En effet, en Aragon par exemple, sur les 2000 ha plantés en abricot, 700 ha ont été plantés ces trois dernières années, détaillait Raphaël Martínez, directeur de l'AOP. « Le potentiel de concurrence est donc devant nous, pas derrière », expliquait-il, rappelant que l'Espagne a gagné ces dernières années des parts de marchés importantes en Europe du Nord, tandis que l'Italie, 2^e marché français pour l'abricot, voit sa production nationale augmenter, fermant autant de volumes pour les Français. « Et en France, l'Espagne grignote sur notre calendrier de commercialisation... Or si l'an dernier nous avons expliqué la



Le CTIFL et la Serfet - Sud Expé organisaient conjointement le 1^{er} septembre dernier une présentation variétale abricot, alors que la campagne 2016 touche à sa fin dans les stations.



« Les programmes exports cette année n'ont jamais vraiment démarré et les débits ont été lents », a expliqué Sabine Alary, co-présidente de la SIPMM 'Abricot'.



« La France pèse encore sur le marché de l'abricot, mais elle doit se réveiller pour peser, encore demain, sur la distribution », a conclu Bruno Darnaud, président de l'AOP 'Pêche et abricots de France'.



L'Afidem, l'association des fruits et légumes transformés, a demandé à suivre les travaux sur les variétés d'abricots car peu sont adaptées à ce marché spécifique.

moindre consommation de l'abricot France par le climat, le fait que cela se renouvelle cette année prouve qu'il y a autre chose ». En effet, la distribution fait remonter depuis 2-3 ans d'inquiétants messages provenant du consommateur, avec « des produits hétérogènes et des déceptions notables », rappelait Raphaël Martínez, de l'AOP. « Il y a beaucoup de travail explicatif à faire et ce ne sera pas facile, car la filière n'est pas bien organisée (l'AOP regroupe 25 entreprises, et 45-50% de la production française, ndr) : cela pose souci pour mettre en place des stratégies cohérentes et pour homogénéiser le niveau de production », résumait le directeur de l'AOP. C'est donc bel et bien un problème de clarification et d'organisation devant lequel se trouve la filière, comme le synthétisait en conclusion de la journée Bruno Darnaud, président de l'AOP 'Pêche et abricots de France'. « Nous devons organiser la mise en

marché avec la masse de variétés disponibles, sans parler de celles à venir. Sur la pêche-nectarine, nous avons réussi à positionner le produit français par rapport à nos concurrents espagnols et italiens. Désormais, la même démarche doit être faite en abricot. Je ne dis pas qu'il faut arrêter la recherche et la création variétale. Mais il faut l'organiser via une segmentation et la défense du produit français. L'Espagne arrive avec des volumes très importants dans les trois années qui viennent et les signes se font déjà ressentir sur nos marchés export. Il va falloir réagir très vite, via les stations d'expérimentation et l'AOP. La France pèse encore sur le marché de l'abricot, mais elle doit se réveiller pour peser, encore demain, sur la distribution », concluait Bruno Darnaud.

CÉLINE ZAMBUJO

(1) Lire Le Vaucluse Agricole du 3 mai 2016, page 8.

Maintenant disponible
EN CRÉDIT, CRÉDIT-BAIL
ET LOCATION FINANCIÈRE

simple
souple
rapide

Actimat

Le financement de votre matériel agricole
directement chez votre concessionnaire.

Crédit Mutuel

Caisses Fédérales de Crédit Mutuel et Caisses affiliées, société coopérative à forme de société anonyme au capital de 4 335 204 160 euros, 34 rue du Wacken, 67113 Strasbourg Cedex 9, immatriculée au Registre du Commerce et des Sociétés à 588 535 314, contrôlée par l'Autorité de Contrôle Prudentiel et de Résolution (ACPR), 61, rue Taitbout, 75436 Paris Cedex 09, intermédiaire en opérations d'assurances sous le n° Ordes 07 403 758 consultable sous www.orfes.fr.