

DATES À RETENIR

Communiquez sur vos produits et vos métiers !

Du 5 au 14 juin 2009, l'interprofession des fruits et légumes frais (Interfel) organise la semaine fraîche attitude, grande opération de communication et de sensibilisation sur les fruits, les légumes, les métiers et les savoir-faire de la filière. **C'est à vous, producteurs de légumes**, de prendre toute votre place dans cette opération aux côtés des autres acteurs de la filière et **d'être les ambassadeurs des légumes de France !** Quelques idées :

- Intervenez dans les écoles pour parler de votre métier et de vos légumes ;
- Ouvrez votre exploitation au grand public ou aux écoles environnantes ;
- Faites déguster vos légumes sur les marchés, dans les écoles...
- Organisez un marché de producteurs ;
- Allez à la rencontre de votre presse régionale et soyez les ambassadeurs de votre profession ...

Autant d'initiatives pour aller à la rencontre des consommateurs et promouvoir l'origine France !

Pour tout renseignement : www.fraichattitude.com ou contactez votre FDSEA.

Contact : Anne-Laure Duyck – al.duyck@legumesdefrance.fr



EN BREF EN BREF EN BREF EN BREF EN BREF EN BREF

MARS

- 4/03 - Jacques Rouchaussé (51) rencontre Andrée Pellegrino, vice-présidente de la FDSEA du Var, pour renforcer les relations avec Légumes de France.
- 4/03 - 1^{ère} rencontre de mobilisation et d'organisation du congrès dans le Vaucluse avec Gérard Roche (84).
- 5/03 - Jacques Rouchaussé (51) intervient dans la formation sur la valorisation de la production locale, organisée par la chambre d'Agriculture du Var.
- 6/03 - Réunion des « Jeunes maraîchers » avec Jérôme Wavrant (62), pour un retour d'expérience de leur séminaire au Bénélux du 28 janvier au 1^{er} février, et des échanges sur les techniques alternatives aux produits phytosanitaires.
- 9/03 - Jean-Claude Guehennec (78) préside l'Assemblée Générale du syndicat des producteurs de F&L d'Ile de France : la protection des cultures légumières, l'accès aux places de marché et la pression foncière sont les préoccupations évoquées.
- 11/03 - Jean-Roger Garnier (44) et Bernard Coustabeau (13) participent à la Commission Nationale Emploi de la FNSEA : réforme de la formation professionnelle et mise en place du dispositif prévoyance/santé dans les départements.
- 19/03 - La FNSEA réunit Légumes de France, la FNPF, Felcoop, Coop de France et Forum Phyto sur l'orientation à donner au Forum Phyto. Le Forum Phyto est hébergé à Coop de France Ouest.
- 20/03 - Gérard Roche (84) et Francis Andrieu (46) interviennent sur la protection des cultures légumières lors d'une réunion de section F&L de la FDSEA 47.
- 23/03 - Création d'une section légumes à la FDSEA de la Marne autour de Jacques Rouchaussé (51).
- 24/03 - Denis Onfroy (50) participe au Comité Stratégique du Groupement d'Intérêt Scientifique PIClég, présidé par Guy Riba, de l'Inra.
- Conseil d'administration d'Interfel : Angélique Delahaye interpelle le commerce sur la généralisation des promotions tout au long de l'année et le manque d'empressement à basculer sur l'origine France (concombre, tomate).
- Comité de coordination des Associations Spécialisées de la FNSEA : Angélique Delahaye rappelle les attentes des Légumes de France sur l'ouverture des DPU (aides PAC) aux cultures légumières.

- 25/03 - Conseil spécialisé F&L de Viniflor : Angélique Delahaye demande de maintenir l'effort financier en faveur de l'expérimentation.
- Angélique Delahaye (37), Denis Digel (67) et Gérard Roche (84) rencontrent le directeur du cabinet du ministre de l'agriculture avec le député Jacques Le Guen sur les distorsions de concurrence au sein de l'Union européenne en production de légumes.
- 27/03 - Jacques Rouchaussé (51) rencontre BASF dans le cadre des réflexions au sein du Club Partenaires.
- 31/03 - Jean-Paul Douillard (85) et Jacques Rouchaussé (51) rencontrent les responsables du syndicat des Melonniers du Haut-Poitou.

AVRIL

- 1/04 - Pierre Lammert, administrateur Légumes de France et président de la station d'expérimentation Planète Légumes, accompagné des députés Antoine Herth et François Loos, rencontre Dominique Dron, conseiller de Jean-Louis Borloo en charge du Grenelle de l'environnement, à propos de l'expérimentation sur les produits naturels de protection des plantes.
- 2-4/04 - Les départements se mobilisent pour interpeller les chefs de rayon sur la qualité et l'origine des légumes proposés aux consommateurs. Plus de 70 magasins visités dans 15 départements.
- 8/04 - Assemblée Générale du réseau Tradition Maraîchère.
- 15/04 - Pierre Diot (35) représente Légumes de France au comité mixte franco-espagnol à Madrid.
- 21/04 - Jean-Paul Douillard participe à l'Assemblée Générale du syndicat des maraîchers de Charente.
- 22/04 - Une délégation de maraîchers, menée par Jean-Paul Douillard et Bernard Coustabeau, rencontre la Direction Générale des Impôts pour négocier les tarifs d'imposition des Bénéfices Agricoles Forfaitaires.
- 28/04 - Assemblée Générale d'Interfel.
- Jean-Roger Garnier représente Légumes de France à la commission Emploi de la FNSEA.
- Gérard Roche (84), Bernard Guillard (50) et Frédéric Couloumiès (59) réunissent la commission protection des cultures de Légumes de France.



A 57 ans, Jean-Paul Douillard est maraîcher en Vendée sur l'exploitation en GAEC « Les Jardins Réunis », qu'il codirige avec son épouse et un troisième collaborateur, ainsi qu'une EARL « Les serres du bocage » et un Groupement d'Employeurs « Le Littoral ». Ensemble, ils exploitent 7,5 ha de serre où ils cultivent tomates et concombres, commercialisés via la SCA Océane. Il est Président de la Section Légumes de la FDSEA de Vendée, Président du GDM, et Vice-Président des Producteurs de Légumes de France.

EDITORIAL

Les producteurs de légumes, mobilisés et vigilants !

Les 4 et 5 avril derniers, les Producteurs de Légumes de France ont fait des « visites de courtoisie » aux chefs de rayon et directeurs de magasins de l'ensemble des enseignes de grande distribution.

Ils ont constaté que certaines enseignes jouaient le jeu de la qualité, de la proximité, du développement durable et de l'emploi.

D'autres, pour maximiser leurs profits, ont clairement recours à des importations massives, c'est-à-dire au dumping social, environnemental, sanitaire.

C'est inacceptable et irresponsable !

Les Producteurs de Légumes de France sauront valoriser les démarches gagnant/gagnant et dénoncer les prédateurs !

Le pouvoir d'achat et la crise ne peuvent servir de prétexte au dumping social et aux délocalisations.



Jean-Paul DOUILLARD
Vice-président des Producteurs de Légumes de France

■ INFOS LÉGUMES DE FRANCE

Salon de l'Agriculture	4
Zoom sur les actions !	
L'insertion dans le maraîchage	5
Le réseau des entreprises légumières	
Production intégrée	5
Santé des plantes : axes de recherches du GIS PICLég en 2009	
Protection des cultures	5
La Commission européenne adopte les nouvelles réglementations en matière de produits phytosanitaires	
■ DOSSIER	
État des lieux	6
Les fruits et légumes en restauration hors domicile	6
■ L'INVITÉ DE « LÉGUMES DE FRANCE »	
Fabrice Marty, chef de service de la prévention des risques sanitaires de la production primaire, direction générale de l'alimentation « DGAL »	10
La nouvelle législation s'inscrit dans une volonté d'harmoniser les pratiques à l'échelle européenne	
■ TECHNIQUE	
Le nouveau schéma d'organisation pour traiter les impasses techniques en protection des cultures	13
La commission des usages orphelins	
■ PRATIQUE	
Production intégrée	14
PICLég : qui fait quoi ?	
■ RÉGIONS	
Lot-et-Garonne	14
Des débats passionnés sur la protection des cultures	
Eure-et-Loir	
Une solution pour anticiper les problèmes : la formation	
Centre	
Projet de filière légumes	
Var	
Valoriser sa production au niveau local	
■ LA TRIBUNE DU MARAÎCHER	
Groupe « Jeunes maraîchers » de Légumes de France	16
Une ouverture intéressante !	

« Les Producteurs de Légumes de France », qui sommes-nous ?

Les « Producteurs de Légumes de France », fédération professionnelle, représentent l'ensemble des producteurs de légumes frais (serlistes, producteurs de plein champ, endiviers ou maraîchers). Notre fédération rassemble les syndicats maraîchers et les sections spécialisées légumes des FDSEA-UDSEA. Interlocuteurs privilégiés des Pouvoirs Publics, les « Producteurs de Légumes de France » travaillent avec les différents acteurs de la filière à la défense des intérêts des producteurs de légumes, à l'amélioration de la rentabilité et de la

compétitivité de leurs entreprises en intervenant sur tous les sujets qui les concernent : protection des cultures, emploi, énergie, organisation économique, relations avec la grande distribution, valorisation des produits... Les « Producteurs de Légumes de France » viennent également, via les FDSEA, en appui aux projets collectifs ou individuels des producteurs de légumes pour améliorer la performance de leur entreprise : valorisation des produits, formations en gestion des ressources humaines, management, stratégie d'entreprise.

Légumes Infos / Mai 2009
Supplément à Réussir Fruits et Légumes
n°284 - Mai 2009
Les Producteurs de Légumes de France
11, rue de la Baume
75008 Paris
Tél. 01 53 83 48 08 / Fax : 01 53 83 48 10
Site : www.legumesdefrance.fr
Directeur de la publication :
Jean-Bernard Pouey
Rédacteur en Chef : Bruno Scherrer
Rédacteur-coordonateur : Anne-Laure Duyck

Rédacteurs : Agathe Armengaud, Anne-Sophie Le Menn, Céline Le Priol, Sophie Chevallier, Oriane Garde
Secrétaire : Martine Veret
Réalisation : Publications Agricoles
Abonnements : Réussir Fruits et Légumes
51, rue Albert Camus
BP 20131 - 47004 AGEN Cedex
Tél. 05 53 77 83 75 / Fax : 05 53 77 83 71
Impression : Centre Impression - 87220 Feytiat
N° de CPPAP : 1110T 80058

Pour toute information complémentaire, n'hésitez pas à contacter Légumes de France
11, rue de la Baume - 75008 Paris. Tél. 01.53.83.48.08 / Fax. 01.53.83.48.10
e.mail : accueil@legumesdefrance.fr / www.legumesdefrance.fr

ÉTAT DES LIEUX 2006

Les fruits et légumes en restauration hors domicile

Le Ctifl a publié en décembre 2008 une étude sur la place des F&L en restauration hors domicile (RHD). Cette étude, réalisée en 2006, montre l'importance du marché de la RHD, et la place réservée aux F&L frais.

La RHD, un marché important

En 2006, la restauration hors domicile a cumulé un chiffre d'affaires de 68,7 milliards d'euros, pour 8,7 milliards de repas. Les Français prennent ainsi plus de 3 repas hors domicile par semaine, ce qui équivaut à une moyenne de 145 prestations hors domicile pour un budget de 1 250 euros par an et par habitant. En 2006, on remarque que la consommation hors domicile s'ancre de plus en plus dans les habitudes alimentaires des français (nomadisme, restauration hors domicile, snacking...). Les circuits de vente alternatifs sont en expansion et représentent 10 % du marché. La restauration commerciale (voir schéma) et la restauration

collective se partagent équitablement le reste du marché. Selon les résultats de 2006, la restauration commerciale prend l'avantage sur la restauration collective, mais la crise actuelle inverse la tendance : les consommateurs réduisent leurs plaisirs gourmands.

Les légumes en RHD

En 2006 la restauration a acheté environ 600 000 tonnes de légumes (dont la moitié en frais) et 210 000 tonnes de fruits frais. Si les fruits sont très largement achetés en frais pour une consommation en l'état, les légumes sont à la croisée de toutes les technologies de transformation et de conservation. Les légumes frais constituent toutefois le premier poste des achats des

restaurateurs (voir schéma « Légumes » ci-dessous).

Les achats de légumes par mode de conservation sont particulièrement différenciés : les collectivités privilégient de toute évidence les légumes surgelés alors que la restauration commerciale continue d'utiliser majoritairement des légumes frais. Par contre entre ces deux marchés de la restauration le poids des légumes en conserve reste faible et centré sur quelques légumes de base (haricots, petits pois, maïs) et des légumes appertisés utilisés en dépannage.

Les achats varient de façon importante d'un secteur ou d'un mode de gestion à l'autre pour différentes raisons : budget alimentaire, disponibilité de légumerie et de personnel, profil du convive, calendrier d'activité... La croissance de leurs achats est donc en partie tributaire de la santé du secteur

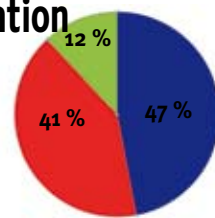
considéré. Les segments de marché qui ont présenté les meilleures dynamiques depuis 2000 sont la Restauration avec Service à Table, les Structures de Restauration Collectives et les collectivités de l'enseignement. Les secteurs en retrait présentant une évolution des volumes à la baisse sont les cafétérias et le secteur travail en autogestion.

Le frais n'est pas forcément mis en avant

En matière de communication, la structure des achats

Achat de légumes en fonction des technologies de conservation

■ Frais
■ Surgelé
■ Conserve



L'origine des produits peu significative

Les critères d'achat qui prévalent sont :

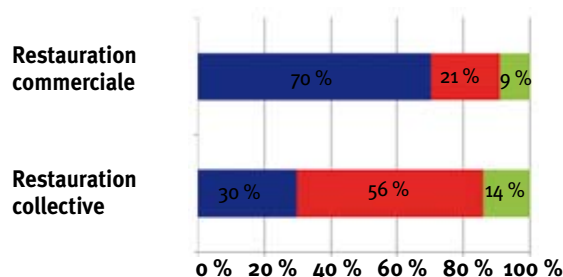
- La disponibilité du produit en fonction des calendriers de production ;
- L'assortiment disponible auprès des fournisseurs ;
- La définition des cartes des restaurateurs ;
- Et naturellement le prix, qui va entraîner des arbitrages dans les disponibilités.

Les restaurateurs perçoivent l'offre étrangère disponible sur le marché. Néanmoins, certains produits sont clairement marqués par l'origine France : notamment les carottes, les oignons ou encore les salades. Les tomates en revanche semblent acceptées de façon homogène qu'elles viennent d'Espagne, d'Italie, du Maroc ou de France.

L'origine, française ou étrangère, ne semble pas constituer une segmentation pertinente pour la restauration en général. Pourtant, la restauration collective et la restauration de haute gastronomie commencent sérieusement à s'intéresser aux produits issus de l'agriculture durable, avec une mise en avant des produits de proximité et de saison.

Les achats de légumes par mode de conservation et par mode de gestion en 2006

■ Frais ■ Surgelé ■ Conserve



entre collectivités et restaurants commerciaux induit aussi deux positionnements différents. Les collectivités, de façon très majoritaire, évitent la comparaison entre légumes frais et légumes provenant d'une technologie de transformation, leurs achats étant concentrés à 70% sur des produits transformés. Vis-à-vis des légumes frais utilisés, les 2/3 des achats réalisés portent sur trois légumes : tomates, salades et carottes. Ces légumes destinés essentiellement à une fonction « crudité » sont dans ce cadre sans concurrence du surgelé et de la conserve. Pour les salades et les carottes, il peut être spécifié que les produits sont frais et non issus de la technologie 4^{ème} gamme. Les crudités et salades 4^{ème} gamme sont considérées

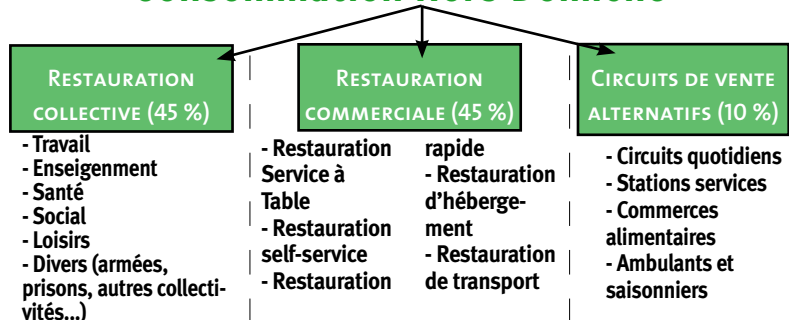
comme indispensables par les gérants de collectivités face à l'organisation du travail de leurs équipes, mais il n'y a aucun intérêt à communiquer sur cette technologie. L'inverse peut par contre apporter une valeur qualitative sur la perception des préparations. En restauration commerciale, la communication sur l'utilisation des légumes frais est par contre plus systématiquement mise en avant. Le terme « frais » n'est pas utilisé mais induit par une terminologie dérivée : légumes du marché, légumes du jour, de la semaine, de saison. Par contre le terme frais peut être utilisé pour des légumes couramment utilisés dans d'autres modes de conservation, petits pois frais ou haricots frais par exemple.

Choix du type de légumes

X achat dominant
C mode de conservation concurrentiel du frais
Ø faiblement ou pas du tout concurrentiel du légume frais

Légumes en RHD : les technologies dominantes et concurrentes			
	Frais	Surgelé	Appertisé
Tomates	X	Ø	C
Salades	X	Ø	Ø
Carottes	X (crudité)	X (accompagnement)	C
Melons	X	Ø	Ø
Oignons	X	C	Ø
Avocats	X	Ø	Ø
Concombres	X	Ø	Ø
Choux		X	Ø
Courgettes		X	Ø
Endives	X	Ø	C
Poivrons	X	C	Ø
Aubergines	X	Ø	Ø
Poireaux	X	C	Ø
Céleris	X	Ø	C
Herbes Aromatiques	X	C	Ø

Consommation Hors Domicile



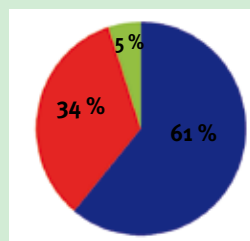
Les chiffres clefs

Les fruits et légumes frais en restauration représentent des achats d'environ 700 millions d'euros HT soit un marché de près de 470 000 tonnes. Sur la base d'un coût matière moyen par repas de 2,60 euros, les fruits et légumes frais représentent un coût de 0,16 euro. La restauration commerciale absorbe les 2/3 des achats de légumes frais entiers par la RHD.

Alors que l'achat des fruits suit une logique de prix, celui des légumes suit une logique de fonctionnalité. Parmi les fondamentaux, la tomate est incontournable. La place importante de la salade entière s'explique notamment par la note de fraîcheur qu'elle donne à l'assiette, la croissance des salades composées, le coût trop élevé de la 4^{ème} gamme. L'oignon représente également la touche supplémentaire qui donne du goût et de la fraîcheur à n'importe quel plat, même et surtout s'il est issu d'un processus industriel. Comme celui-ci, la carotte est un légume/crudité bon marché, aux multiples usages possibles, apprécié de la plupart des convives. Le melon, malgré sa saisonnalité, fait désormais partie des essentiels, une place méritée en raison de sa praticité d'usage, quasi « prêt à l'emploi » en entrée comme en dessert et de sa qualité gustative appréciée des clients. Il en est de même pour l'endive qui bénéficie d'un double statut de salade et légume quasi « prêt à l'emploi », et non terreux. Parmi les secondaires, le poireau doit faire face à la concurrence du poireau surgelé, bien plus pratique à utiliser. 63% du volume des achats de légumes frais sont réalisés par la restauration commerciale en RHD (67% en valeur).

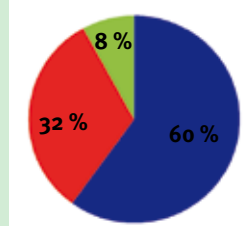
Ce déséquilibre s'explique par la mise en avant du savoir-faire des cuisiniers en restauration commerciale en matière de préparation des légumes, avec à l'opposé un déficit de main-d'œuvre qualifiée, de temps et de légumeries en restauration collective. D'autre part, les budgets très serrés en restauration collective favorisent l'usage de produits transformés, à prix plus linéaires, et avec un besoin de main-d'œuvre réduit.

En volume :
469 347 tonnes



■ Légumes
■ Fruits
■ 4^{ème} gamme

En valeur :
699 millions d'€ HT



■ Légumes
■ Fruits
■ 4^{ème} gamme

Classement des achats des légumes :
301 746 tonnes

Les fondamentaux	
La tomate	69 250 tonnes
La salade	45 030 tonnes
La carotte	32 610 tonnes
L'oignon	28 940 tonnes
Les essentiels	
Le melon	19 260 tonnes
Les légumes 4 ^{ème} gamme	15 140 tonnes
Le concombre	14 840 tonnes
Les choux	12 790 tonnes
La courgette	12 715 tonnes
L'endive	11 630 tonnes
Les secondaires	
Le poivron	10 960 tonnes
L'aubergine	9 429 tonnes
Le poireau	7 400 tonnes
L'avocat	6 560 tonnes

Source : étude Ctifl sur les Fruits et Légumes frais en restauration hors domicile : Etat des lieux 2006 - Evolution depuis 2000