

Conjoncture

Le vent en poupe!

Portées par un regain de consommation conséquent pendant le confinement, les filières ail, oignon et échalote abordent la prochaine campagne plus sereinement, tout en poursuivant leurs efforts afin de s'inscrire dans des démarches durables. **CLAIRE BOUC**

L'épidémie de coronavirus à peine passée, l'heure est au bilan. Si la situation économique est dramatique pour de nombreuses filières professionnelles, il en est d'autres qui semblent avoir plutôt bien tiré leur épingle du jeu. C'est notamment le cas des filières ail, oignon et échalote qui ont bénéficié d'un regain d'intérêt des consommateurs pendant toute la durée du confinement et atteint des niveaux de consommation record, estimés par Interfel à + 30 % pour l'oignon et l'échalote et à + 70 % pour l'ail. « Nous avons réalisé en mars et avril des chiffres d'affaires incroyables. Habituellement, août et décembre sont les mois où nous vendons le plus d'ail, mais jamais à de tels niveaux », déclare Hervé Hel, dirigeant de Top Alliance Alinéa. Plusieurs raisons peuvent l'expliquer. Le télétravail et la

fermeture des restaurants et des cantines ont tout d'abord amené les gens à beaucoup plus cuisiner. Deuxième explication, peut-être moins rationnelle mais somme toute bien réelle : les consommateurs se sont souvenus des vertus antiseptiques, anti-inflammatoires et antivirales de l'ail, faisant de lui un aliment capable de chasser et d'éliminer de notre organisme un grand nombre de bactéries pathogènes. Une raison tout à fait plausible, qui expliquerait que la consommation d'ail ait augmenté dans des proportions plus importantes que l'oignon et l'échalote. « Tout le travail réalisé en rayon par la filière afin de rendre l'ail plus visible en le positionnant à côté des légumes a certainement aussi joué un rôle », ajoute Christiane Pieters, présidente de l'Aniaïl.

Quoi qu'il en soit, cet engouement pour l'ail a eu pour conséquence de vider les stocks français, désormais à zéro. « C'est plutôt prometteur pour la prochaine campagne, d'autant que, pour l'heure, l'état des cultures est correct », poursuit Christiane Pieters. Reste à savoir si la main d'œuvre sera présente pour récolter et peler, et comment se présentera le contexte international. « Il se murmure que les Chinois ont encore des stocks relativement conséquents. S'ils les écoulent sur les marchés habituellement alimentés par les Espagnols, ceux-ci ne vont pas pouvoir y exporter et vont se reporter sur les marchés européens. On entend dire aussi que la nouvelle récolte espagnole est proposée avec des tarifs en



baisse de 70 centimes d'euros du kilo... Est-ce lié à la pression chinoise ? Je n'en sais rien, mais je préfère rester prudent », indique Hervé Hel. Dirigeant de Jardins du Midi et représentant des metteurs en marché au sein de l'Aniaïl, Philippe Quaranta espère quant à lui que cette pression sera contrebalançée par les marchés qui ferment leurs portes aux produits chinois, comme les Etats-Unis, qui ont mis en place des quotas restrictifs. « Cela permettrait aux Espagnols de maintenir des tarifs élevés et de lever la pression sur les marchés européens. » Sur le marché français, les opérateurs peuvent compter sur la priorité donnée à l'ail français par leurs clients, renforcée par tout le travail effectué par la filière avec « Mon ail français » et par l'engouement des consommateurs pour les produits tricolores et locaux. Rappelons que, afin de garantir l'origine France et d'éviter que des variétés françaises produites en Espagne ne soient vendues estampillées « origine France » sur notre sol, l'Aniaïl, grâce à une convention avec le laboratoire SCL, a créé une base de données pour définir une méthode de détermination des origines des aulx et effectue régulièrement des prélèvements en magasin afin de s'assurer que l'ail présenté comme français le soit bien.

Vers les démarches vertes

Comme les autres productions, les opérateurs de condiments se tournent vers les démarches vertes,

à l'instar de Ferme des Arches, engagée en bio, en ZRP et en HVE. « Nous jugeons ces démarches filière plus impactantes que les démarches privées. Mais il nous faut maintenant montrer à nos clients que ces dispositions écologiques ont des conséquences financières qui doivent être valorisées par les consommateurs. Pour la HVE, nous avons créé une association régionale avec plusieurs opérateurs multifilières, afin de construire, entre autres, un argumentaire justifiant cette nécessité de valorisation », explique Jean-Luc Parou, son dirigeant. Jardins du Midi a de son côté développé une gamme solidaire visant à garantir un juste prix au producteur. « L'idée est d'inverser le processus de construction des prix en les fixant en amont avec les producteurs, sans se laisser influencer par les cours des marchés étrangers. En échange, les producteurs s'engagent à répondre à un cahier des charges avec des engagements qualitatifs et à s'inscrire dans une démarche de type ZRP, HVE ou autre. » Du bio, Jardins du Midi n'en vend que du français et a mis en place une filière d'ail bio du Sud-Ouest avec Carrefour. Chez Prince de Bretagne, les démarches varient selon les productions. En échalote, la démarche bio est bien implantée, avec plus de 10 % de la production labellisée. Une part amenée à croître grâce à une nouvelle variété résistante au mildiou, la molène, qui a par ailleurs permis à l'opérateur de développer une démarche garantie « sans traitement de pesticide de synthèse de la feuille à l'assiette ». Et Pierre Gélébart de souligner : « Il s'agit là

d'une démarche de moyens avec un cahier des charges et des contrôles réalisés par un organisme extérieur, qui s'inscrit dans la continuité d'autres démarches mises en place en courge, brocoli et tomate. En revanche, elle n'est malheureusement pas possible en oignon de Roscoff AOP ou oignon rosé, dont les variétés sont très sensibles au mildiou ». L'oignon de Roscoff AOP de l'opérateur est en revanche précurseur dans la démarche HVE.

Les filières ail, oignon et échalote ont atteint des niveaux de consommation record pendant le confinement.

« La famille condiments peut représenter jusqu'à 5 % des ventes de fruits et légumes du rayon. »

« Puisque l'on sait que tous les produits sous signe de qualité devront être HVE, les producteurs d'oignon se sont engagés très tôt dans la démarche. » Top Alliance Alinéa est également engagé dans les trois démarches, bio, ZRP et HVE, mais déplore que l'IFT (indicateur de fréquence de traitements phytosanitaires) de référence du Sud-Ouest soit plus bas que celui d'autres régions. « Cet IFT est lié à l'histoire de la région qui abritait beaucoup d'élevage, mais crée une distorsion de concurrence interrégions qui n'est pas juste », continue Hervé Hel. Pour Christiane Pieters, s'il est difficile d'aller à l'encontre de toutes ces démarches, elles constituent une

course sans fin aux exigences. « Nos metteurs en marché ne sont pas assez résistants aux exigences des enseignes de la grande distribution, qui en veulent toujours plus afin de mieux se concurrencer elles-mêmes, sans le répercuter sur les prix payés aux producteurs. C'est toujours aux mêmes que l'on demande de faire des efforts ! » s'indigne-t-elle.

Trouver des solutions

Reste l'épineux problème des emballages en plastique, qui commence à devenir pressant. « Le délai est fixé par la loi à janvier 2022, mais les clients vont vouloir que l'on se positionne à l'été 2021. Or, pour le moment, les industriels ne nous ont rien proposé de très probant en matière d'emballage biodégradable », avoue Jean-Luc Parou. Par le passé, l'opérateur en a eu un à base d'amidon, mais qui n'a pas fonctionné, car sa surface cachait le produit. « Or le consommateur a besoin de voir ce qu'il achète. Il faut par ailleurs que les oignons soient maintenus à l'intérieur du conditionnement, afin de ne pas s'éplucher et de conserver la qualité », précise-t-il, d'autant plus inquiet que 80 % de ses références sont concernées.

Un chiffre en ligne avec ceux avancés par la filière ail qui estime qu'elle est l'une des familles de produits les plus packagées du fait de ses nombreuses appellations.

Pour faire face à ce problème, l'Aniaïl a ouvert un groupe de travail afin d'échanger avec tous les intervenants conditionneurs. « La famille condiments peut représenter jusqu'à 5 % des ventes de fruits et légumes du rayon, elle est l'une de celles qui pèse le plus. La question des emballages est pour nous un enjeu majeur. Une étude économique menée par l'Aniaïl et présentée à Interfel a montré qu'on perdrait 1 € du kg en production si on supprimait les conditionnements et qu'on vendait en vrac : cela est inenvisageable ! » avance Philippe Quaranta. Prince de Bretagne a également initié un groupe de travail rassemblant producteurs et services emballage des coopératives afin de trouver des solutions. Parmi les pistes envisagées : emballages papier et barquettes en carton. « Mais les volumes ne pourront pas être les mêmes qu'en filets », s'inquiète Pierre Gélébart.

Repères

	Ail	Oignon	Échalote
Surfaces	2 818 ha	12 699 ha	2 297 ha
Production	20 266 t	488 279 t	46 722 t
Importations	27 418 t	138 136 t	2 366 t
Exportations	10 849 t	85 530 t	29 438 t
Consommation	0,4 kg par ménage et par an	4,7 kg par ménage et par an	0,6 kg par ménage et par an

Surfaces et production : moyenne 2017-2018, source Agreste - Statistique agricole annuelle (SAA)
 Import/export : moyenne 2017-2018, source Douanes
 Consommation : source Kantar 2019



© SIMON KOLTON