

Date : 27/06/2014

La tomate, un produit, deux filières

Par : -



Fruits et Légumes

La tomate est le légume le plus consommé dans le monde, présent sur la plupart des zones géographiques et incontournable dans certaines gastronomies, en particulier sur le pourtour méditerranéen. On distingue deux filières, le frais et le transformé, présentant leurs propres caractéristiques sur les variétés, les systèmes de production, les débouchés et le commerce international.

Ainsi, les marchés de la tomate destinée au frais sont principalement régionaux du fait de la faible durée de conservation et de la fragilité des produits. La production se fait essentiellement sous serre : les principaux pays producteurs européens sont l'Espagne, l'Italie, les Pays-Bas, la France, la Belgique. La production sous serre verre, spécialité hollandaise à l'origine, est pratiquée dans

Évaluation du site

Ce site est destiné aux professionnels du monde agricole. Il présente un éventail assez large de services (cours, lettre d'information, etc.) et diffuse quotidiennement une vaste actualité classée par catégorie.

Cible
Professionnelle

Dynamisme* : 15

* pages nouvelles en moyenne sur une semaine

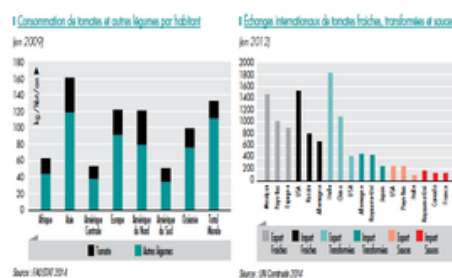
la plupart des pays d'Europe : elle permet d'assurer une bonne protection contre la propagation des maladies et des ravageurs, tout en réduisant au strict minimum les traitements (production biologique intégrée). Ce système permet également de produire sur la quasi-totalité de l'année. Il est consommateur d'énergie : la plus usuelle est le gaz naturel, le plus souvent accompagné de cogénération pour améliorer l'économie et l'efficacité énergétique du projet. Les serres les plus novatrices utilisent des sources d'énergie moins chères, comme la chaleur d'un incinérateur par exemple. Les caractéristiques de ce mode de production ont un coût financier : une serre verre nécessite, hors systèmes de chauffage spécifiques, un investissement moyen d'un million d'euros par hectare, et 5 ETP par hectare sur l'essentiel de l'année.

Le Maroc, fournisseur important pour l'Europe surtout en contre-saison, réalise quant à lui sa production sous serre plastique. Cette dernière est destinée à l'exportation et est expédiée majoritairement vers la France, d'où elle est partiellement réexportée vers le Nord de l'Europe, mais aussi vers la Russie via une ligne maritime vers Saint-Petersbourg.

Concernant les besoins en main-d'œuvre, on retrouve une distinction entre frais et transformé. En effet, pour le frais la récolte est principalement réalisée à la main, alors que la tomate d'industrie affiche une importante mécanisation, en particulier dans les pays développés.

De plus, les tomates en frais bénéficient de variétés beaucoup plus diversifiées avec l'apparition, dans certains pays, d'une segmentation pour élargir l'offre auprès des consommateurs (tomates cerises, variétés anciennes, etc.) contrairement au transformé dont l'objectif est essentiellement de fournir un produit correspondant aux attentes des industriels. La production de tomate transformée s'exporte aisément et suppose des surfaces importantes et un climat chaud. Ainsi, un marché mondial des produits transformés et tout particulièrement sur le concentré est apparu avec trois acteurs très significatifs : Etats-Unis, Italie et Chine, cette dernière arrivée sur le marché plus récemment.

Le marché du frais sous influence géopolitique



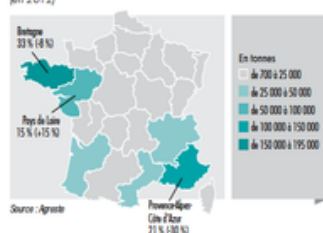
Sur un marché bataillé et soumis à des incertitudes géopolitiques croissantes, les acteurs de la tomate doivent viser l'excellence et l'innovation.

La tension actuelle autour de l'Ukraine peut faire craindre aux opérateurs européens de fruits et légumes frais des mesures de rétorsion, tels ces épisodes de fermeture brutale aux importations dont la Russie est coutumière, le plus souvent pour des motifs officiels d'ordre phytosanitaire. La Russie, 1er importateur mondial de fruits et légumes frais (8 millions de tonnes et 8 Md\$ en 2012), détient en effet une des clés de l'équilibre du marché européen : les pays producteurs de la zone Europe y

légumes bretons) et une réelle valeur ajoutée pour les consommateurs, en segmentant leur offre avec de petits fruits (tomates cerises, cocktail) et des variétés anciennes comme la cÅ“ur-de-bÅ“uf, la noire de Crimée ou l'Ananas. Leurs emballages, souvent innovants, assurent à la fois une bonne présentation du produit, la mise en valeur de la marque et des conseils d'utilisation, et la consommation nomade. Pourtant, l'avance acquise ne dure jamais longtemps, y compris vis-à-vis des origines les plus lointaines : si les Marocains n'ont jamais réussi à concurrencer les Européens en tomates grappe rondes, ils sont bien placés en prix sur la tomate cerise, et le marché européen a souffert au printemps de suroffre en petits fruits, avec une baisse de prix malgré

Production de tomate à destination du frais

(en 2012)



une conjoncture favorable. De même la cÅ“ur-de-bÅ“uf semble avoir atteint ses limites en tonnages, les autres variétés anciennes attirant certains de ses acheteurs. Dans ces conditions, jusqu'où aller dans la différenciation de l'offre ? Aussi loin que la génétique et les moyens du consommateur le permettront, répondent les principaux acteurs du marché. Le marché français, avec 17% en petits fruits et variétés anciennes, est encore en retard sur la Grande-Bretagne, marché précurseur (30%). Mais les opérateurs doivent éviter la multiplication du nombre de références, les rayons n'étant pas extensibles à l'infini et les consommateurs risquant d'y perdre leur latin€! la dernière enquête du RNM ne dénombrerait-elle pas 250 références en France pour 73 types de tomates ?

Sur le marché industriel, une hiérarchie contestée

La Chine, un danger pour les pays leaders historiques de la tomate transformée ?

Malgré un coup de frein dû à la crise, la tomate bénéficie toujours d'une bonne image auprès des consommateurs : elle contient des antioxydants (lycopène), mais c'est surtout un produit facile à transporter et à transformer, ce qui permettra au marché de trouver encore des débouchés.

Consommation moyenne par habitant

(en 2011)



Source : WPIIC

La tomate de transformation représente ¼ de la production de tomate dans le monde.

Cependant cette moyenne cache de réelles disparités en termes d'habitude de consommation. Les pays occidentaux consomment en effet beaucoup plus de produits transformés que les pays

émergents, où ces derniers ne sont pas encore entrés dans les habitudes alimentaires : c'est le cas pour l'Inde et la Chine par exemple.

La Chine a rejoint le trio de tête sur le plan de la production et dispute à l'Italie la seconde place, loin derrière les Etats-Unis. Ces trois pays représentaient en 2013 près de 60% de la transformation de tomates. Après une très forte croissance dans les années 90/2000', la Chine peut-elle distancer l'Italie et même devenir leader mondial ?

La Chine a lancé son industrie de transformation de tomates dans les années 80. Très limitée dans un premier temps, elle a connu une accélération à partir du milieu des années 90, avec certaines années une croissance de 25%. Pour l'essentiel, situé dans le nord-est du pays (Xinjiang) où les terres agricoles disponibles étaient très étendues, la production a été orientée vers le produit le plus aisément exportable, c'est-à-dire le concentré de tomate. Deux groupes locaux dominent le marché et réalisent plus de la moitié des exportations : Cofco et Chalkis. Après avoir vendu ses produits dans les pays voisins, le pays a rapidement étendu ses exportations vers l'Europe, la Russie et l'Afrique. Sa production atteint 6,5 M tonnes, en moyenne, ces 5 dernières années. Mais elle est relativement volatile, oscillant entre 3,2 et 8,5 M tonnes de 2007 à 2013, les prévisions pour 2014 étant de 5,7 M tonnes. L'explication provient des conditions climatiques mais également de l'arbitrage de plantations en faveur du maïs et du coton.

Les Etats-Unis, avec plus 11M tonnes, réalisent près de 95% de leur production en Californie, qui jusqu'à récemment, était totalement ou presque orientée sur le marché intérieur. Néanmoins, les exportations sont en progression ces dernières années et même si elles représentent moins de 6% des volumes produits, cela reste important au regard du faible taux d'exportations du secteur (15%), la tomate transformée étant surtout consommée localement.

Ça n'est pas le cas de l'Italie, pays à l'origine de la transformation de la tomate au 16ème siècle, qui bénéficie d'une tradition et d'une image de qualité. L'industrie locale résolument orientée vers l'export, démontre dans ce secteur, comme dans d'autres (cf Prisme 3), sa capacité à apporter de la valeur ajoutée dans la transformation agroalimentaire. Ainsi, sa production comprise entre 4 et 4,5 M tonnes selon les années est exportée à plus de 40%, en priorité vers l'Europe de l'Ouest, mais également vers les Etats-Unis et l'Afrique. En raison de coûts de production en tomate d'industrie parmi les plus élevés des grands pays producteurs, l'Italie a besoin de maintenir son positionnement haut de gamme. A ce titre, les récents débats sur la réforme de la PAC, en Italie, n'intégrant pas en première intention la filière de production de tomates sont révélateurs. De même, le fait que pour lutter contre les importations de concentré chinois, parfois utilisé pour une seconde transformation, le gouvernement Italien souhaite imposer l'indication de la provenance des ingrédients, illustre bien les interrogations sur le positionnement face à la Chine et l'image du « made in Italy ».

Néanmoins, il faut relativiser le risque d'avoir des produits « italiens » en réalité chinois : les importations de concentré en provenance de l'empire du milieu, ont atteint leur plus haut en 2011 avec 132 000 tonnes, soit à peine 2,7% de la production italienne de la même année.

Dans ce contexte, et en raison du potentiel énorme de la Chine, peut-on imaginer un raz-de-marée de produits chinois ?

Tout d'abord, plusieurs pays bénéficient eux aussi de coûts de production peu élevés, à commencer par la Turquie, puis dans une moindre mesure l'Espagne, cette dernière ayant de réelles capacités à l'export. Certes, d'autres, comme la France, ont disparu ou presque du marché. Cette dernière ne dispose plus que de quelques acteurs non significatifs sur le plan global (<0,6% du marché). Mais la Chine ne représente « que » 10 à 15% de la production mondiale. Il est donc peu probable que ses capacités de production augmentent de manière suffisamment sensible pour réduire la concurrence, mis à part sur le concentré pour lequel elle représente 37% des exportations mondiales. Cela démontre encore une fois que la Chine s'est totalement focalisée sur ce seul produit. Par ailleurs, les prévisions de croissance du marché chinois anticipent un doublement de la consommation intérieure entre 2012 et 2017 ce qui l'obligera à orienter une partie de sa production vers son marché intérieur. Et même si les volumes en jeu peuvent apparaître comme faibles (200 000 tonnes), ils représentent tout de même 1/6 des exportations. La Chine ne devrait donc pas envahir le marché mondial du concentré. Ainsi, l'Italie, toujours largement leader des exportations mondiales, toutes gammes confondues (concentrés, conserves, sauces/ketchup) a toujours sa carte à jouer en continuant de s'appuyer sur son image, l'innovation et la qualité de ses produits.

10 pays des producteurs de tomate transformée
en 2012

	Pays	Export (M)	Exportation mondiale
1	Italie	11 000	35%
2	Inde	4 000	12%
3	Chine	3 000	9%
4	Espagne	2 000	6%
5	USA	1 500	5%
6	Turquie	1 000	3%
7	Israël	1 000	3%
8	France	500	2%
9	UK	400	1%
10	Autres	1 000	3%
	Total	31 000	100%

Source : IRI