

Le marché des fruits à coque en France

Hutin C.

in

Albisu L.M. (ed.).
Economics of nuts in the Mediterranean basin

Zaragoza : CIHEAM

Options Méditerranéennes : Série A. Séminaires Méditerranéens; n. 37

1999

pages 19-36

Article available on line / Article disponible en ligne à l'adresse :

<http://om.ciheam.org/article.php?IDPDF=99600287>

To cite this article / Pour citer cet article

Hutin C. **Le marché des fruits à coque en France**. In : Albisu L.M. (ed.). *Economics of nuts in the Mediterranean basin*. Zaragoza : CIHEAM, 1999. p. 19-36 (Options Méditerranéennes : Série A. Séminaires Méditerranéens; n. 37)



<http://www.ciheam.org/>
<http://om.ciheam.org/>

Le marché des fruits à coque en France

C. Hutin

Centre Technique Interprofessionnel des Fruits et Légumes
22 Rue Bergère, 75009 Paris, France

RESUME – Les fruits à coque ne représentent qu'une faible part de la production fruitière française et ne couvrent qu'un quart des besoins du pays. Trois espèces sont concernées : la noix, dont la France est le premier producteur et exportateur européen, l'amande et la noisette. Ne pouvant rivaliser avec les grands exportateurs mondiaux, la filière française a choisi de s'orienter sur des créneaux commerciaux qui lui permettent de valoriser la qualité gustative de ses produits.

Mots-clés : Fruits à coque, marché, France, noix, amande, noisette.

SUMMARY – "The nut market in France". Nuts represent a small part of the total fruit production in France. There are three species: walnuts, for which France is the first European producer and exporter, almonds and hazelnuts. France cannot compete with the main world exporters and it has specialised on some market segments where product quality is valued.

Key words: Nuts, market, France, walnut, almond, hazelnut.

Introduction

Les fruits à coque ne font pas partie des grandes productions fruitières en France. Ils représentent, en effet, moins de 10% des surfaces de vergers et moins de 1% des quantités de fruits produites chaque année. En valeur, leur part s'élève à près de 3% de la production fruitière nationale.

Trois espèces sont cultivées : la noix, la noisette et l'amande, mais de manière inégale. La noix représente 70% des surfaces et quantités totales de fruits à coque. Il s'agit d'une production de tradition ancienne. La noisette et l'amande ont une place relativement marginale, mais ont bénéficié d'un petit regain d'intérêt depuis quelques années.

Globalement, la part des fruits à coque dans l'ensemble de la production fruitière française reste stable, alors que celle des vergers semble en progression. Des plantations récentes, encouragées par le programme européen sur les fruits à coque, ont permis de renouveler et d'accroître le verger. Mais, pour le moment, l'impact sur la production n'est pas encore manifeste. Il est vrai que le noyer, principale espèce concernée par ce développement, exige des délais de mise en production assez longs (Tables 1 et 2).

La production française est loin de satisfaire les besoins de la consommation. On peut estimer que le taux de couverture de la consommation par la production française est de l'ordre de 25% (Table 3).

Le recours aux importations est nécessaire et celles-ci atteignent un niveau élevé (60.000 t, soit plus de 100.000 t en équivalent-coque). En quantités, elles représentent 2,4% de l'ensemble des importations de fruits. En valeur, elles en représentent plus de 10%. Trois produits dominent : l'amande décortiquée (50% du total), la noisette décortiquée (25%) et la pistache (17%).

Les exportations françaises de fruits à coque représentent de 20 à 25.000 t en équivalent coque. L'essentiel est constitué par la noix (65% du total) à laquelle s'ajoutent quelques réexportations d'amandes et de noisettes sans coque (Tables 4 et 5).

Table 1. Evolution des surfaces de fruits à coque et de l'ensemble des vergers en France (ha)
(Source : SCEES, différents numéros)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Amande	1.761	1.740	1.813	2.066	nd [†]	nd	nd
Noisette	1.693	1.682	2.011	2.108	2.035	1.975	2.050
Noix	10.777	10.605	12.458	12.703	13.103	13.035	13.550
Fruits à coque(1)	16.221	16.018	18.274	18.870	17.132	17.005	17.596
Total fruits (2)	205.636	202.344	205.541	208.777	206.053	200.842	193.247
(1)/(2)	7,9%	7,9%	8,9%	9,0%	8,3%	8,5%	9,1%

[†]nd : non disponible

Table 2. Evolution de la production française de fruits à coque et de l'ensemble des fruits (t)
(Source : SCEES, différents numéros)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Amande	4.309	5.115	5.635	3.316	3.500	4.000	4.000
Noisette	3.425	3.075	3.928	3.360	3.541	3.790	4.240
Noix	19.755	14.221	20.424	15.415	23.445	19.111	19.069
Fruits à coque(1)	27.489	22.411	29.987	22.091	30.486	26.901	27.309
Total fruits (2)	3.141.783	2.461.185	4.193.769	3.390.796	3.760.641	3.697.250	3.683.055
(1)/(2)	0,9%	0,9%	0,7%	0,7%	0,8%	0,7%	0,7%

Table 3. Bilan d'approvisionnement du marché français des fruits à coque (en t équivalent-coque) (Source : Douanes, SCEES, différents numéros, Elaboration Ctifl)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Production	27.489	22.411	29.987	22.091	30.986	26.901	27.309
Importations	103.029	116.214	109.906	102.354	103.479	103.411	107.151
Exportations	20.685	19.637	18.866	18.944	22.360	17.557	30.098
Consommation [†]	109.833	118.988	121.027	105.501	112.105	112.755	104.362
Taux de couverture ^{††}	25%	19%	25%	21%	28%	24%	26%

[†]Consommation = Production + Exportations – Importations

^{††}Taux de couverture = Production/Consommation

Le marché de la noix

La production

Le marché mondial de la noix est dominé par les Etats Unis d'Amérique, qui exportent environ la moitié de leur récolte. L'Union Européenne (UE) absorbe plus de 75% des exportations américaines

de noix en coque. Les autres pays intervenant sur le marché mondial sont la Chine et l'Inde, essentiellement sur le cerneau. L'UE. exporte très peu au-delà de ses frontières. Par contre, elle est fortement tributaire des USA pour l'approvisionnement de son marché intérieur. Sur un potentiel de consommation de l'ordre de 180.000 t (130.000 t en coque et 50.000 t destinées au cassage), l'UE ne produit que 100.000 t, soit à peine un peu plus de la moitié de ses besoins.

Table 4. Evolution des importations françaises de fruits à coque (en milliers de francs)
(Source : Douanes, Elaboration Ctifl)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Amandes	400.707	463.675	464.305	526.763	562.504	507.267	664.601
Noisettes	298.206	330.566	270.100	227.618	340.074	289.727	244.611
Noix	33.441	85.810	93.570	86.210	79.355	66.000	73.263
Pistaches	133.113	190.677	228.182	222.208	223.993	170.996	210.777
Noix de cajou	28.814	40.627	40.543	48.339	60.355	66.540	94.743
Noix du Brésil	2.133	1.976	1.492	2.600	6.411	3.862	4.040
Autres	42.231	42.592	51.188	18.876	7.522	5.234	6.269
Fruits à coque (1)	938.646	1.155.923	1.149.380	1.132.614	1.280.214	1.109.626	1.292.035
Total Fruits(2)	12.753.731	14.355.562	13.343.408	11.789.977	12.606.890	11.802.135	12.125.732
(1)/(2)	7,4%	8,1%	8,6%	9,6%	10,2%	9,4%	10,7%

Table 5. Evolution des exportations françaises de fruits à coque (en milliers de francs)
(Source : Douanes, Elaboration Ctifl)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Amandes	29.050	24.278	25.515	28.242	44.776	35.254	89.064
Noisettes	32.546	37.881	23.837	19.646	44.930	32.672	33.627
Noix	193.977	196.312	195.771	218.296	209.442	188.370	208.619
Pistaches	4.505	10.080	9.875	3.734	7.110	6.783	10.268
Noix de cajou	2.842	2.652	3.773	2.373	2.697	2.969	6.223
Noix du Brésil	32	0	0	221	111	29	757
Autres	10.617	7.649	10.684	8.298	5.590	4.148	4.210
Fruits à coque(1)	273.570	278.852	269.456	280.810	314.656	270.225	348.558
Total Fruits(2)	5.613.908	6.725.556	5.087.595	4.917.012	6.171.027	5.901.321	6.719.181
(1)/(2)	4,9%	4,1%	5,3%	5,7%	5,1%	4,6%	5,2%

La France est le premier producteur européen. Elle fournit près du quart de la production de l'Union. Elle devance l'Italie, autrefois leader, mais dont le verger a régulièrement régressé depuis une dizaine d'années.

Sur les cinq dernières années, la récolte française représente, en moyenne, 23.000 t, dont plus de 80% issues de vergers. La récolte en provenance des arbres isolés ne cesse de diminuer depuis plusieurs années. La production totale est relativement stable, malgré l'augmentation des surfaces de vergers qui, actuellement atteignent 18.700 ha. Elles ont progressé de près de 20% sur les 10 dernières années.

En effet, les bons résultats obtenus sur le marché français et à l'exportation, ainsi que les aides nationales et européennes attribuées pour la rénovation du verger ont incité les producteurs à augmenter leurs surfaces (Table 6).

Table 6. Evolution des superficies de noyers et de la production de noix en France (Source : SCEES)

	1980	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988
Production (t)	30.780	14.766	38.017	25.379	23.704	27.506	27.866	26.499	22.775
Surfaces vergers (ha)	16.123	15.744	15.414	15.384	15.615	15.279	15.387	15.500	14.195
Dont en production	12.663	12.349	12.064	11.841	11.949	11.632	11.452	11.542	10.512
	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996 [†]	
Production (t)	25.845	24.558	16.515	24.030	18.658	29.029	21.867	22.045	
Surfaces vergers (ha)	13.925	14.584	14.511	16.659	17.183	17.719	18.287	18.708	
Dont en production	10.315	10.777	10.605	12.458	12.703	13.103	13.035	13.550	

[†]Chiffres provisoires

La noyeraie française est principalement localisée dans deux grandes zones (Hutin *et al.*, 1991) :

(i) Dans la région Rhône Alpes où la culture s'étend principalement le long de la vallée de l'Isère, depuis la région de Romans jusqu'à Montmélian en Savoie. Le cœur de l'aire de production se situe dans les cantons de Vinay et Saint Marcellin dans le département de l'Isère. Les noix récoltées dans cette région bénéficient depuis 1938 d'une appellation d'origine contrôlée "*Noix de Grenoble*". On trouve également des vergers dans le sud de la Drôme, dans les Baronnies.

(ii) Dans le sud-ouest, l'aire de culture est plus vaste, mais l'essentiel de la production provient d'une zone recouvrant les départements de la Dordogne, le nord du Lot et le sud-est de la Corrèze. On trouve également des plantations dans le Lot-et-Garonne et en Gironde.

Les cinq principaux départements producteurs (Isère, Drôme, Dordogne, Lot et Corrèze) représentent plus de 80% de la récolte nationale. Globalement, la production se répartit à parts égales entre le sud-ouest et le sud-est.

Les superficies ont progressé de manière équivalente dans les deux bassins (+ 30% depuis 1990). Cependant, en dehors des fluctuations liées aux accidents climatiques, la récolte demeure relativement stable sur la dernière période. Toutefois, le jeune âge des vergers et la proportion importante de vergers non encore en production (5.200 ha environ pour 13.500 ha de vergers adultes) laisse envisager une progression sensible de la production dans quelques années.

Les systèmes de production de la noix sont assez variés mais, en règle générale, il y a très peu de producteurs spécialisés. La noix s'insère souvent dans des systèmes de polyculture et n'entre qu'à hauteur de 10% à 20% dans le revenu de l'exploitation. De ce fait la culture demeurerait, jusqu'à ces dernières années, peu intensive. Par contre, dans les plantations nouvelles, la densité augmente, les traitements (notamment contre la bactériose et le carpocapse) et l'irrigation deviennent systématiques. A cela s'ajoute la mécanisation de la récolte (vibrage des arbres et ramassage mécanique au sol). Enfin, le développement des séchoirs à air pulsé, qui remplace progressivement la ventilation naturelle sur claies, permet de s'affranchir des mauvaises conditions climatiques lors de la récolte et d'assurer une meilleure qualité du produit en sortie de ferme.

La structure variétale du verger évolue lentement car la longévité des arbres explique encore la persistance de variétés anciennes qui ne correspondent plus forcément aux standards commerciaux actuels. 'Franquette' demeure la variété la plus plantée dans les deux régions. Elle représente actuellement plus de 80% du potentiel de production. La qualité du cerneau est son atout principal sur

un marché où une proportion importante des noix est vendue sous forme décortiquée. Elle constitue actuellement la référence de la noix française.

Dans le sud-est, deux autres variétés traditionnelles sont cultivées : 'Mayette' et 'Parisienne'. Mais elles ne sont plus beaucoup plantées et leur place dans le verger diminue. Associées à 'Franquette', elles entrent toujours dans l'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC) "*Noix de Grenoble*".

Dans le sud-ouest, en dehors de 'Franquette', deux variétés régionales gardent un certain poids. 'Marbot', variété de bon calibre mais à coque fragile est surtout présente en Corrèze et dans le Lot. Sa précocité la rend intéressante pour le marché de la noix fraîche et son calibre pour le marché de la noix de table. Corne, encore cultivée en Dordogne, n'est plus plantée. Cette variété à coque dure et de calibre insuffisant n'a pas les qualités commerciales exigées pour la production de noix de table.

En dehors des variétés traditionnelles, certains producteurs (en particulier dans le sud-ouest) ont planté sur quelques dizaines d'hectares, une variété à fructification latérale, d'origine américaine, 'Lara'. Par rapport aux variétés françaises, elle offre des rendements et des calibres élevés, mais elle est d'une qualité gustative inférieure. La qualité de son cerneau se dégrade vite en mauvaises conditions climatiques (chaleur et sécheresse). Sa précocité conduit à la privilégier pour la noix fraîche. Cette variété permet aux producteurs de se familiariser avec des techniques de culture plus intensives (densité plus élevée, taille annuelle). Il s'agit d'un modèle intéressant dans l'optique de la mise en place prochaine des hybrides variétaux obtenus par l'Institut National de la Recherche Agronomique (INRA) de Bordeaux.

La France a engagé depuis 20 ans un programme de sélection variétale visant à obtenir des hybrides alliant les avantages des variétés françaises (rusticité, qualité gustative) et des variétés américaines (rendement, calibre). Deux hybrides ('Fernet', 'Fernor'), qui semblent prometteurs, sont actuellement suivis en vergers d'expérimentation et seront très prochainement diffusés chez les producteurs.

La culture de la noix a beaucoup évolué au cours des dernières années. Les vergers se sont agrandis, modernisés. Des progrès ont été accomplis dans les traitements post-récolte, en particulier la maîtrise du séchage. Malgré tout, des points doivent être approfondis pour assurer une plus grande régularité de la production et, en particulier, un taux de déchets réduit. En dehors des progrès dans la conduite des vergers, on cherche également à améliorer les procédures de contrôle de qualité en station de conditionnement, notamment par la mise au point d'une calibreuse permettant d'optimiser l'élimination des noix creuses ou véreuses ainsi que d'effectuer un tri selon la couleur.

Actuellement, le cassage des noix pour l'obtention de cerneaux est, pour l'essentiel, réalisé manuellement. C'est pourquoi, dans le cadre du programme européen sur les fruits à coque, on a envisagé la mise au point d'une machine destinée à augmenter le rendement de cette opération tout en garantissant une proportion élevée de cerneaux entiers. Compte tenu des qualités recherchées sur ce marché, ceci est impératif pour intéresser les opérateurs de la filière. Un premier prototype a vu le jour, mais il reste à définir les conditions techniques et économiques de son application industrielle (Hutin, 1996).

Le commerce extérieur

La France est le seul pays européen dont le solde du commerce extérieur de noix est positif.

Principal producteur de l'UE, la France approvisionne largement son marché intérieur et recourt assez peu aux importations. Encore, faut-il distinguer les marchés de la noix en coque et du cerneau (Table 7).

Les échanges de noix en coque

Les importations de noix en coque sont en règle générale limitées et dépassent rarement 2.000 t. Il n'y a que les années où la production française est déficitaire, qu'elles peuvent être plus importantes. Le principal fournisseur est les Etats Unis avec, en moyenne, plus de 70% des apports. L'origine américaine est appréciée pour l'homogénéité et le calibre de ses noix, ainsi que son prix moins élevé ; en revanche, sa qualité gustative médiocre explique que les opérateurs lui préfèrent, en règle générale, la noix française.

Table 7. Evolution du solde des échanges de noix (en milliers de francs) (Source : Douanes, Elaboration Ctifl)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Exportations							
Noix sans coque	121.860	120.064	134.981	146.432	135.912	118.426	120.686
Noix en coque	72.117	76.248	60.791	71.864	73.530	69.944	87.933
Total Noix	193.977	196.312	195.771	218.296	209.442	188.370	208.619
Importations							
Noix sans coque	33.441	53.903	66.543	66.189	56.331	44.110	66.664
Noix en coque	13.389	31.907	27.027	20.021	23.024	21.890	6.599
Total Noix	46.829	85.810	93.570	86.210	79.355	66.000	73.263
Solde							
Noix sans coque	88.419	66.161	68.438	80.243	79.581	74.316	54.022
Noix en coque	58.728	44.341	33.763	51.843	50.506	48.054	81.334
Total Noix	147.148	110.502	102.201	132.086	130.087	122.370	135.356

La France est le premier exportateur européen de noix en coque. Le niveau des quantités envoyées à l'étranger est directement lié au niveau de la récolte. En moyenne, il se situe entre 5 et 6.000 t. L'année 1996 est exceptionnelle en raison d'un déficit de la récolte américaine.

Néanmoins, il faut noter que ces exportations ne représentent qu'à peine 10% des importations des pays européens.

Le principal client demeure l'Allemagne qui absorbe près de 30% des envois. La Belgique et la Suisse font partie des autres clients traditionnels de la France. La Belgique, en particulier, achète de la noix fraîche. Les flux en direction de ces deux pays n'évoluent pas depuis vingt ans.

Parmi les autres acheteurs de noix en coque françaises il y a l'Espagne et le Portugal, qui, à eux deux, absorbent 1/3 des exportations. Le Portugal est devenu un client important au cours des dix dernières années, essentiellement pour les producteurs et les négociants du Périgord (sud-ouest) (Tables 8 et 9).

Table 8. Evolution des importations de noix en coque selon l'origine (t) (Source : Douanes Elaboration Ctifl)

	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Etats Unis	1.365	2.134	2.376	796	2.352	2.019	1.194	1.881	1.238	326
Autres	280	185	267	366	419	489	301	237	970	218
Total	1.645	2.319	2.643	1.162	2.771	2.508	1.495	2.118	2.208	544

Les échanges de noix sans coque

A l'opposé des importations de noix en coque, plutôt stables depuis une quinzaine d'années, les importations de cerneaux ont régulièrement progressé, indiquant qu'il s'agit d'un marché en expansion. Sur la dernière période, ces importations se situent entre 3.000 et 3.500 t par an.

Table 9. Evolution des exportations de noix en coque selon la destination (t) (Source : Douanes Elaboration Ctifl)

	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Allemagne	1.479	1.185	1.187	1.508	1.422	1.486	1.488	1.814	1.510	2.167
Portugal	727	846	1.111	1.535	852	1.150	1.168	1.168	841	938
Espagne	926	309	591	574	564	630	715	1.037	1.133	3.111
Belgique	689	854	750	676	908	613	542	708	524	614
Suisse	644	713	691	730	688	603	519	510	539	561
Autres	1.030	401	493	1.210	822	667	734	1.161	651	1.503
Total	5.495	4.308	4.823	6.233	5.256	5.149	5.166	6.398	5.198	8.894

En réalité, les importations sont, pour une grande part, effectuées par les négociants qui souhaitent compléter leur gamme, de manière à répondre à la diversité de la demande en qualité et en prix. Grâce au cassage manuel, la production de cerneau français est plutôt haut de gamme. Dans ce cas, elle est destinée à des usages "nobles", tels que la décoration en confiserie ou en fromagerie. Pour d'autres types d'utilisation (adjuvant), le prix est un élément déterminant dans l'acte d'achat. Seuls les produits d'importation permettent de satisfaire cette demande. La comparaison du prix moyen des importations et des exportations de cerneaux illustre cette stratégie. Pour des volumes équivalents, la valeur des exportations est environ deux fois plus élevée que celle des importations (Table 10).

Les deux premiers fournisseurs de cerneaux sont la Chine et l'Inde. Avec 1.000 t chacun, ils représentent plus de 2/3 des importations françaises. Ces deux pays proposent des produits de qualité secondaire, voire médiocre. C'est grâce à des prix bas que la Chine a pu s'imposer sur le marché du cerneau d'importation. La Hongrie vient en troisième position, mais sa part de marché a tendance à diminuer. Contrairement au marché de la noix, le marché du cerneau n'est pas saisonnier et les échanges s'effectuent régulièrement tout au long de l'année.

Les exportations ont progressé au même rythme que les importations, faisant de la France le premier fournisseur européen. L'augmentation des exportations françaises témoigne du dynamisme de ce marché. Le principal client est l'Allemagne, devant la Suisse. Sur ces destinations la France assure près de la moitié de l'approvisionnement. En revanche, le Royaume-Uni, qui est le premier importateur européen, privilégie les origines chinoise et indienne. La demande en cerneau haut de gamme y est limitée et le prix demeure le critère principal d'achat (Tables 11 et 12).

Table 10. Prix des exportations et importations françaises de noix sans coque (Source : Douanes, Elaboration Ctifl)

	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Exportations						
Quantités (t)	2.806	2.947	3.235	2.823	2.447	4.400
Valeur (mF)	120.064	134.981	146.432	135.912	118.426	120.686
Prix (F/kg)	42,8	45,8	45,3	48,2	48,4	27,4
Importations						
Quantités (t)	3.440	3.051	3.278	3.004	2.756	4.479
Valeur (mF)	53.903	66.543	66.189	56.331	44.110	66.664
Prix (F/kg)	15,7	21,8	20,2	18,8	16,0	14,9

Table 11. Evolution des importations de noix sans coque selon l'origine (t) (Source : Douanes, Elaboration Ctifl)

	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Inde	882	818	861	676	1.297	1.148	1.075	747	891	975
Chine	435	757	1.143	1.325	1.488	838	1.203	1.086	1.082	1.099
Hongrie	424	363	475	157	300	121	360	358	179	215
Autres	432	734	721	258	356	947	640	812	606	1.261
Total	2.173	2.672	3.200	2.416	3.441	3.054	3.278	3.003	2.758	3.550

Table 12. Evolution des exportations de noix sans coque selon la destination (t) (Source: Douanes, Elaboration Ctifl)

	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Allemagne	1.081	1.207	1.239	1.369	1.220	1.312	1.394	1.395	1.222	1.514
Suisse	423	617	526	592	603	625	717	583	596	612
Belgique	212	277	247	320	287	309	265	237	214	447
Pays-Bas	212	230	209	215	207	347	289	214	200	885
Autres	401	418	443	477	495	353	569	394	215	942
Total	2.329	2.749	2.664	2.973	2.812	2.946	3.235	2.823	2.447	4.400

Caractéristiques des marchés français de la noix et du cerneau

Les quantités mises en marché

Près de la moitié de la production commercialisée est destinée au cassage pour approvisionner l'industrie et l'artisanat de la transformation. En tenant compte du commerce extérieur, on peut estimer le marché de la noix en coque à 11.000 t (dont 2.000 t de noix fraîche) et celui du cerneau à 4.500 t (Table 13).

Table 13. Approvisionnement du marché français de la noix (t) (Source : Ctifl)

Production	Noix en coque		Cerneaux
	Noix fraîche	Noix sèche	
	2.000	12.000	4.500
Exportations	500	5.000	3.500
Importations		2.000	3.000
Disponible	1.500	9.000	4.000
Marché intérieur			

Dans le sud-est, la plus grosse partie de la production va sur le marché de la noix de table qui bénéficie, au niveau européen, de l'Indication Géographique de Provenance (IGP) "*Noix de Grenoble*". Une démarche interprofessionnelle est en cours pour étendre le bénéfice de cette appellation au cerneau de noix.

Dans le sud-ouest, plus de la moitié de la production va au cassage. Cette région compte plusieurs négociants spécialisés dans le cerneau. Ils achètent généralement les lots de noix qu'ils font casser à domicile par des sous-traitants. Une démarche d'obtention de l'IGP "*Noix du Périgord*" est actuellement en cours dans cette région.

Les opérateurs et les circuits commerciaux

Par rapport aux grandes productions fruitières, la noix incarne encore une certaine tradition. Pourtant, elle n'échappe pas aux mutations qui touchent la mise en marché des fruits et légumes : organisation de la commercialisation avec la création de structures associant producteurs et négociants, développement du poids de la grande distribution, rôle de l'importation sur le marché du cerneau (Hutin *et al.*, 1991).

La noix en coque

Le marché de la noix fraîche permet de débiter la campagne vers la fin septembre. Elle est vendue en vrac ou en filets de 250 g, pour une consommation rapide. C'est un produit de connaisseurs et beaucoup de consommateurs ne savent pas comment le déguster et le conserver. En distribution, s'il n'est pas conservé comme d'autres produits frais sa qualité se détériore rapidement. Il s'agit donc d'un petit marché, dont le développement demeure limité.

Sur le marché de la noix sèche, le poids respectif des négociants et des coopératives est comparable. En général, ni les uns ni les autres ne sont spécialisés dans la noix. Traditionnellement, ces opérateurs font le lien entre une offre relativement atomisée et une distribution où dominent grossistes et marchés de détail. Ceci est en train de changer sous l'effet de la concentration de la production et du développement de la grande distribution. Celle-ci accroît en effet ses parts de marché même si la noix est encore vendue majoritairement dans les circuits traditionnels (spécialistes sur marchés et en magasins).

Au stade de gros, la distribution de la noix en coque est assurée, soit par les grossistes en fruits et légumes (sur ou hors marché), soit par les centrales d'achat. En général, ce produit ne représente qu'une faible part de l'activité de ces opérateurs, ce qui peut expliquer un manque de motivation pour sa commercialisation. Pour les détaillants spécialisés qui vendent en vrac, la noix est fournie en filets de 10 ou 25 kg. Les hyper- et supermarchés préfèrent les conditionnements en sachets de 500 g, qui leur sont fournis directement par les expéditeurs ou les coopératives, soit sous leur propre marque, soit sous la marque du client.

Pour l'instant, la réglementation française ne prévoit pas de classification par catégorie pour la noix. Toutefois, le terme "Extra" peut être utilisé, à condition que le calibre minimum soit de 27 mm, avec une tolérance de 10%. Le traitement au SO₂ avec un résidu maximum <1 ppm (mg/kg) est autorisé pour le blanchiment des coques. L'utilisation du chlore est également possible s'il ne reste pas de trace dans le cerneau. A ce propos, il faut noter la demande croissante de certains clients (notamment à l'exportation pour l'Allemagne) de noix non blanchies.

Le cerneau

Dans le secteur du cerneau, le poids des négociants est plus important. Certains, parmi les plus gros, ont pu renforcer leur position en développant leur activité d'importation afin de ne pas abandonner le marché du cerneau bas de gamme à leurs concurrents. Leur force réside dans leur capacité à proposer à leurs clients une large gamme de qualités et de prix. Ils bénéficient en outre de l'expansion récente de ce marché.

Dans le domaine de la transformation, le cerneau est utilisé principalement par les fromagers, les boulangers-pâtisseries artisans et industriels, les confiseurs-chocolatiers. Ils utilisent des conditionnements en bidons ou en sachets sous vide.

L'huilerie est sans doute le plus gros consommateur de cerneaux mais elle utilise du produit de 2^{ème} choix (brisures), souvent d'importation.

Le cerneau est obtenu après cassage et décorticage manuel. Cette méthode permet d'avoir un fort pourcentage de cerneaux entiers. La classification des cerneaux se fait selon trois critères : (i) la couleur : du blanc ("extra") au foncé ("arlequin") ; (ii) la forme : moitié, écorné, invalide, brisure ; et (iii) le calibre : mesuré par le nombre de pièces au kg.

Les prix du cerneau peuvent varier de un à quatre selon la catégorie. Les plus recherchés et, donc, les plus chers sont les "extra moitié" utilisés en décoration par les fromagers et les chocolatiers. En mélange, on se contente d'utiliser des "invalides".

La vente en distribution comme ingrédient pour la cuisine et la pâtisserie représente environ 15% du marché du cerneau. Elle est réalisée en sachets ou en barquettes de 125 g. Cette vente est réalisée essentiellement en grande distribution. Celle-ci s'approvisionne auprès de conditionneurs de fruits secs, qui proposent toute une gamme de produits : fruits à coque et fruits séchés, mélanges apéritifs, ingrédients culinaires et pâtisseries, etc. Ces opérateurs travaillent beaucoup avec des produits importés. Leur activité s'est développée grâce au développement du marché des fruits secs et des produits de grignotage. Ils ont su, également, intéresser la grande distribution en lui proposant, en plus d'une gamme très étendue, tout un ensemble de services : meubles spéciaux sur les lieux de vente, conseils de merchandising, animation et promotion, etc.

La noix ne représente pas plus de 10% de leur chiffre d'affaires. En effet, le coût élevé du cerneau par rapport aux autres fruits à coque est un obstacle à son développement dans la gamme des produits apéritifs et explique son positionnement spécifique dans la gamme des ingrédients pour la cuisine.

Perspectives pour la filière française

Auprès des distributeurs européens, l'offre française est perçue comme une offre de qualité, mais rare et de prix élevé.

Le marché français de la noix sèche est relativement stable et approvisionné à 90% par la production locale. Les consommateurs sont habitués aux caractéristiques de cette production et, en particulier, à sa qualité gustative.

Le développement des plantations devrait se traduire par une augmentation des volumes mis en marché. Pour cette raison, les opérateurs français doivent envisager d'étendre leurs débouchés à l'exportation. Actuellement, la noix californienne domine largement le marché européen de la noix en coque. Pour tenter de lui prendre des parts de marché, l'offre française doit progresser sur plusieurs points : (i) la qualité de présentation (calibre, taux de déchet minimal) ; (ii) l'homogénéité et le volume des lots proposés à l'export ; et (iii) le prix, en abaissant les coûts de production.

Tous ces points justifient l'évolution en cours vers des techniques de production plus intensives et mieux maîtrisées.

L'effort de promotion entrepris dans le cadre du Programme européen sur les fruits à coque est également utile pour mieux faire connaître les qualités spécifiques des noix locales auprès des distributeurs et des consommateurs. Les premiers résultats, même limités, sont plutôt encourageants. Mais pour réduire le déficit actuel de l'approvisionnement européen il faut également un développement quantitatif et qualitatif de l'offre européenne.

Le marché du cerneau a progressé régulièrement jusqu'à aujourd'hui. Par rapport à ses concurrents la France propose un produit haut de gamme. Mais, les opérateurs commerciaux ont su élargir leur gamme en important des cerneaux de 2^{ème} choix. Cette stratégie peut se comprendre sur un marché où les utilisations et les attentes en termes de qualité et de prix sont très variées. Elle a permis à la France de devenir le principal opérateur européen dans ce secteur.

La consommation de cerneaux peut bénéficier du développement actuel des produits de "grignotage". Cela permettrait, en outre, de désaisonnaliser la consommation de noix. Des innovations

de gamme et de présentation sont susceptibles d'impulser une demande nouvelle, mais ce type de marché doit être appréhendé dans sa dimension globale, c'est à dire en complémentarité avec les autres fruits secs.

Le marché de l'amande

Pendant longtemps, l'amandier est resté confiné aux terres pauvres et non irriguées. C'est assez récemment que des pays ont commencé à développer cette culture sur une base moderne pour l'approvisionnement de leur marché intérieur et pour l'exportation. Cette évolution a été initiée par les Américains qui les premiers, ont adapté cette espèce à la culture industrielle en sélectionnant des variétés plus productives, conduites en culture intensive. Actuellement, la Californie est le premier producteur mondial et détient une position ultra dominante sur le marché. Cependant, l'Europe, qui est leur principal client, a engagé un programme de relance des fruits à coque afin de combler le déficit grandissant de sa balance commerciale (Hutin, 1997).

La production

Au siècle dernier l'amandier était, aux côtés de la vigne et de l'olivier, un élément familier du paysage méditerranéen. Représenté dans la plupart des exploitations par quelques arbres isolés en bordure de champ, il n'en couvrait pas moins plusieurs dizaines de milliers d'hectares.

Faute de rentabilité, la culture a décliné entre les 2 guerres pour atteindre son plus bas niveau au cours des années 70, soit 1.500 ha seulement pour une récolte de 2.000 t. A partir de là, elle a connu un renouveau. Les arbres isolés en culture sèche ont progressivement laissé la place à des vergers irrigués et la production, autrefois destinée à l'autoconsommation, s'est orientée vers le marché. Ce mouvement de relance a bénéficié du programme européen d'aide au secteur des fruits à coque mis en place à partir de 1988.

Depuis lors, un contexte défavorable a fortement ralenti les projets de plantation. Des mauvais choix de parcelles (zones gélives) et la baisse des cours (liée à celle du dollar) ont compromis la rentabilité des vergers. Actuellement, une conjoncture plus favorable, avec le relèvement du dollar et le vieillissement du verger espagnol, permet toutefois d'espérer un regain d'intérêt pour cette culture et une reprise des investissements (Table 14).

Table 14. Evolution des surfaces d'amandiers et de la production française d'amandes[†] (Source : SCEES, différents numéros)

	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987
Surfaces (ha)	1.816	1.807	1.832	1.798	1.867	1.931	1.941
Production (t)	3.651	4.377	4.259	3.440	3.661	3.805	3.405
	1988	1989	1990	1991	1992	1993	
Surfaces (ha)	1.599	1.688	1.761	1.782	1.813	2.066	
Production (t)	2.435	5.267	4.309	5.087	5.637	3.316	

[†]Depuis 1994, nous ne disposons plus de statistiques de production pour l'amande

La surface de vergers est de 2.000 hectares et fournit environ 4.000 t d'amandes, dont une partie est vendue en vert. Le verger moderne d'amandiers s'est principalement implanté dans le Languedoc-Roussillon. Cette région a multiplié par 4 ses surfaces depuis le début des années 80. Cependant certaines plantations en zones gélives ont conduit à des arrachages prématurés. La Corse a connu aussi, mais plus tardivement, un certain engouement pour cette culture.

A l'inverse, le déclin des vergers traditionnels explique le recul de la Provence qui a vu ses superficies divisées par 2 pendant la même période. Mais, parallèlement, cette région a aussi engagé

un programme de nouvelles plantations. Depuis 1990 le rythme des plantations a ralenti, sauf en Corse où il est demeuré très soutenu (plus de 100 ha par an). En raison du délai de mise à fruit, l'impact sur la production n'est pas encore sensible mais on peut prévoir une augmentation de la récolte insulaire dans les prochaines années.

L'amande verte est cueillie à la main avant maturité complète, au mois de juillet. Elle emprunte des circuits courts ou fait l'objet de ventes locales. De ce fait, il est difficile d'estimer les volumes concernés. On peut penser que ce débouché est relativement restreint mais il présente un intérêt pour les variétés à coque tendre. Il est assez développé en Corse (1/4 de l'offre).

La récolte traditionnelle a lieu entre mi-septembre et mi-octobre lorsque 80% des écales sont ouvertes. De plus en plus elle s'effectue mécaniquement à l'aide de vibreurs et de bâches-réceptacles. Les amandes sont ensuite séchées par ventilation forcée. Le marché de l'amande sèche en coque est très ponctuel et limité à des ventes pour les fêtes de fin d'années (notamment les "mendiants").

La quasi-totalité de la production d'amandes décortiquées, soit 350 t, passe par 5 groupements (4 en Languedoc et 1 en Provence) auxquels adhèrent environ 300 producteurs pour 1.000 hectares. Pour la vente, ces groupes ont créé Sud-Amande, structure de commercialisation et de gestion des stocks, qui dispose également de la casserie de Manduel (Gard). Pour l'agrégation des lots on prend particulièrement en compte le rendement au cassage, c'est à dire le rapport poids d'amandon/ coque. La clientèle est plutôt artisanale et orientée vers des spécialités régionales (nougat de Montélimar, dragées, calissons d'Aix, etc.).

Les échanges

La production française d'amandes est largement insuffisante pour répondre aux besoins des consommateurs. Ceux ci peuvent être estimés à 22.000 t, essentiellement sous forme décortiquée. La récolte intérieure ne fournit que 5% de ce total et nécessite de recourir aux importations. Les exportations sont marginales (1.000 à 1.500 t) et sont, le plus souvent, des réexportations de marchandises d'origine étrangère. Les importations ont augmenté de 30% depuis le début des années 80, mais sont relativement stables depuis 5 ans.

Les achats d'amandes en coque sont en baisse et ne représentent que 1.000 t. L'origine américaine est progressivement abandonnée au profit de l'Espagne et de la Tunisie. Les achats d'amandes sans coque s'élèvent à 20.000 t, dont 15.000 t en provenance des Etats-Unis. L'Espagne, avec 5.000 t, est le deuxième fournisseur. Les autres exportateurs ont un rôle marginal. Il s'agit principalement de l'Italie et de la Grèce, pour un volume global de 1.500 t environ (Tables 15 et 16).

Table 15. Evolution des importations d'amandes sans coques selon l'origine (t)
(Source : Douanes, Elaboration Ctifl)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Etats Unis	15.968	13.731	13.573	10.970	13.496	12.795	14.287
Espagne	5.229	4.503	5.486	7.212	5.034	5.091	4.678
Autres	631	2.860	3.436	2.795	1.661	1.446	879
Total	21.828	21.094	22.495	20.977	20.191	19.332	19.844

Compte tenu du rôle dominant des USA, le niveau des cours mondiaux dépend étroitement de la récolte américaine et des fluctuations du dollar vis à vis des autres monnaies. Mais en retraçant l'évolution, par origine, des achats français en volume et en prix, on observe des évolutions un peu particulières dans la période récente.

Table 16. Evolution des importations d'amandes en coque selon l'origine (t)
(Source : Douanes, Elaboration Ctifl)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Etats Unis	492	384	492	116	338	467	878
Espagne	269	244	271	370	242	726	223
Autres	253	450	404	868	506	461	142
Total	1.014	1.078	1.167	1.354	1.086	1.654	1.243

De janvier 90 à fin 92 le prix de l'amande californienne évolue comme le cours du dollar libellé en francs. Les amandes espagnoles sont un peu plus chères. A la fin de 92, le décrochage de la peseta vis à vis du dollar a permis aux espagnols de s'aligner sur les cours américains et de leur prendre des parts de marché. Mais, la nouvelle baisse du dollar à partir de mars 94 se traduit par une décreue des prix américains et une relance de leurs exportations sur le marché français. Depuis 96, le dollar s'est renforcé par rapport aux monnaies européennes, mais les USA profitent de la baisse conjoncturelle de la production espagnole (sécheresse) pour reprendre des parts de marché.

Ainsi, indépendamment du niveau de l'offre, de son homogénéité et de sa qualité, le prix apparaît comme un facteur de compétitivité déterminant sur le marché mondial. En effet, pour un grand nombre d'utilisateurs l'amande est une matière première industrielle ou un adjuvant qu'ils souhaitent se procurer au moindre coût. Par contre, pour des utilisations "nobles" (dragées, nougat, etc.), la qualité gustative du produit demeure essentielle (Table 17).

Table 17. Evolution du prix des importations françaises d'amandes sans coque par origine
(Source : Douanes, Elaboration Ctifl)

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Etats Unis							
Quantités (t)	14.161	15.480	15.861	10.970	13.445	12.795	14.287
Valeur (milliers francs)	239.632	282.415	299.391	255.578	354.034	278.430	432.765
Prix (f/kg)	16,9	18,2	18,9	23,3	26,3	21,8	30,3
Espagne							
Quantités (t)	5.204	4.511	5.407	7.028	4.981	5.091	4.678
Valeur (milliers francs)	106.216	97.443	113.994	175.056	143.843	152.769	164.558
Prix (f/kg)	20,4	21,6	21,1	24,9	28,9	30,0	35,2

La demande

L'amande fait l'objet d'utilisations multiples, en premier lieu dans le secteur de la transformation. L'industrie de la biscuiterie-chocolaterie et confiserie utilise environ 4 à 5.000 t de produit décortiqué. Mais, il faut y ajouter les nombreux fabricants artisanaux et les pâtisseries, professions pour lesquelles nous ne disposons pas d'information précise (Table 18).

L'amande est également un produit-phare du rayon fruits secs de la distribution. Sous différents modes de présentation on la trouve, soit au rayon fruits et légumes (coque, assortiments), soit au rayon épicerie sèche (produits apéritifs, ingrédients pour la pâtisserie).

Présentée en coque, elle occupe une place très modeste si on la compare à la pistache, l'arachide ou la noix. Par contre elle arrive en tête du linéaire "fruits à coque décortiqués" avec une

part de chiffre d'affaires de 26% environ. Les différents types de produits proposés (entière, émondée, effilée, en poudre, pâte) contribuent à développer les ventes. Comme d'autres fruits secs, l'amande bénéficie de l'engouement des consommateurs pour les produits de grignotage, domaine qui, depuis quelques années, connaît de nombreuses innovations de gamme et de conditionnement. Sur ce marché, l'offre est constituée exclusivement de produits importés et reconditionnés par quelques opérateurs spécialisés. Il s'agit d'un marché à caractère spéculatif auxquels seuls les grands fournisseurs mondiaux sont en mesure d'accéder régulièrement.

Table 18. Evolution des besoins en amandons de l'industrie française de la confiserie(t) (Source: SCEES Alliance 7)

	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Quantités	2.841	3.389	5.012	3.141	3.280	3.354	3.279	2.668	3.691

Perspectives pour la filière française

La production française d'amandes a connu, au cours des années 80, un regain d'activité. Ce renouveau illustre l'intérêt de certains producteurs confrontés à la baisse de rentabilité des spéculations classiques (comme la vigne). Cependant, en raison de son caractère peu intensif et du niveau de marge qu'il permet de dégager habituellement, l'amandier est, le plus souvent, une culture de diversification.

Les plantations réalisées dans la dernière décennie laissent augurer une augmentation des volumes mis en marché. Malgré tout, ces volumes resteront très modestes au regard de la production de nos principaux concurrents et seront largement insuffisants pour répondre à l'ensemble de la demande. La filière française, consciente de son faible poids sur le marché européen et même national, s'efforce d'exister en valorisant au mieux ses atouts, en particulier la qualité gustative de ses variétés.

Elle vise le marché spécifique de la transformation artisanale de haut de gamme, qui reste attachée à la valeur et aussi à l'origine de ses matières premières, notamment pour la confection de spécialités régionales. Ce marché restreint suffit actuellement à écouler les quelques centaines de t d'amandons produits sur notre sol. Si les producteurs français ont tout intérêt à se distinguer de l'offre de masse, ils ne doivent pas négliger pour autant la maîtrise des coûts de production, afin d'acquérir une certaine marge de manœuvre face aux aléas du marché.

Cela passe par la mise en place de vergers de dimension suffisante, conduits de façon rationnelle et dont la rentabilité doit être appréciée sur le long terme. Cela implique aussi un effort d'organisation en aval, pour réduire les frais de cassage et améliorer la mise en marché. La rénovation de la casserie de Manduel, grâce au soutien communautaire, est un progrès important dans ce sens.

Bien sur, la production française ne rivalisera jamais avec l'offre des grands pays fournisseurs d'amandes. Mais des opportunités de développement existent, à condition de les envisager de manière concertée et dans le cadre d'une stratégie commerciale cohérente (recherche de débouchés, adaptation de l'offre).

Le marché de la noisette

La production

La Turquie est le leader incontesté de la production mondiale avec 500.000 t. En Europe, l'Italie fournit 75% de la récolte avec 100.000 t. L'Espagne est l'autre principal producteur européen (20.000 t). La France est un petit producteur de noisettes, mais sa spécialisation sur le créneau de la noisette en coque lui permet de jouer un certain rôle à l'exportation (Table 19).

Le verger moderne de noisetiers est assez récent et date du milieu des années 70. Sa création a été encouragée par la sélection de variétés à gros fruits destinées au marché de la noisette de table. Entre 1980 et 1996 les surfaces sont passées de 1.000 à 2.500 ha (dont 2.000 ha en production). Parallèlement, la production est passée de 1.000 à 4.000 t. Compte tenu de la jeunesse du verger, la récolte pourrait encore augmenter prochainement. Cependant, il faut noter qu'après une augmentation régulière des plantations au cours des années 80, la tendance est à la stabilisation des surfaces depuis 1990.

Table 19. Evolution des superficies de noisetiers et de la production de noisettes en France (Source : SCEES)

	1981	1982	1983	1984	1985	1986	1987	1988
Production (t)	1.304	1.578	1.762	1.873	1.851	2.134	2.484	2.571
Surfaces vergers (ha)	1.419	1.556	1.697	1.743	1.790	1.868	1.919	2.131
Dont en production	797	897	1.063	1.213	1.241	1.335	1.402	1.572
	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996 [†]
Production (t)	3.581	3.634	3.207	4.122	3.483	3.668	3.910	4.462
Surfaces vergers (ha)	2.230	2.319	2.393	2.688	2.710	2.598	2.519	2.565
Dont en production	1.591	1.693	1.682	2.011	2.108	2.035	1.975	2.050

[†]Chiffres provisoires

L'essentiel du verger est installé dans le sud-ouest, le long de la vallée de la Garonne, où les conditions pédo-climatiques sont très propices à cette culture. Cette région fournit 80% de la production, dont 40% pour un seul département, le Lot-et-Garonne. Le verger français est surtout constitué de variétés destinées à la table. 'Fercoril-Corabel' (obtention française) est actuellement la plus plantée. Parmi les variétés de moindre importance, 'Ennis' (USA) représente 25% du verger et 'Ségorbe' (mixte : table et industrie) 16%. Enfin, comme variété d'industrie, 'Pauetet' (Espagne) est actuellement la plus plantée.

Le verger a été établi dès le départ dans un esprit industriel, sur le modèle américain : l'arbre est conduit sur tronc unique en vue de la récolte mécanique et il est irrigué. La surface moyenne des vergers dépasse 6 ha et, dans certains cas, atteint 20 ha. Cela permet d'amortir les investissements en matériel de récolte. Celle-ci se fait à la machine après chute des fruits au sol. Le lavage et le séchage sont réalisés par le producteur ou dans des structures collectives, avant le transfert dans la station de conditionnement.

La plupart des producteurs de noisettes sont aussi des producteurs de pruneaux et, parfois, de noix. Il a été possible d'adapter et d'utiliser les mêmes séchoirs pour ces trois produits et, donc, de limiter les investissements spécifiques.

L'essentiel de la production passe par une structure unique de commercialisation : la coopérative Unicoque (Lot-et-Garonne) qui commercialise aussi des noix et des amandes. La récolte subit un calibrage précis et un agréage rigoureux afin de garantir un taux élevé de fruits comestibles (98%). Plus de 60% de la production est commercialisée en sachets individuels de 250, 400 et 500 g, suremballés en cartons de 10 kg. A cela s'ajoutent des campagnes de communication pour créer l'événement chez les clients lorsque la saison arrive, celle-ci ne durant que 2 mois (Eurofruit, 1993).

Les échanges

La noisette en coque

Le solde de la balance commerciale est positif. Les exportations (1.500 t en 96) sont en hausse alors que les importations diminuent (800 t en 96). L'Allemagne est le principal client. Les fournisseurs sont l'Italie et les Etats Unis.

La production française vise en priorité le marché de la noisette en coque. On estime que la demande européenne pour cette catégorie de produit s'élève à 12.000 t environ. En raison de son positionnement sur le segment de la noisette de gros calibre (>20 mm), le commerce français obtient de bons résultats à l'exportation. En effet, près de 80% des noisettes françaises sont expédiées sur les marchés étrangers. Actuellement, la France détient environ 20% du marché européen et souhaite porter cette part à 40%. Elle est présente du 10 octobre à la mi-novembre, avec 6 semaines d'avance sur la noisette des USA, principal concurrent. Mais, depuis 1991, les américains ont déployé une stratégie de reconquête du marché européen, en vendant en début de saison des fruits de la récolte précédente et en menant une politique de baisse de prix (Tables 20 et 21).

Table 20. Evolution des importations de noisettes en coque selon l'origine (t) (Source: Douanes, Elaboration Ctifl)

	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Italie	928	986	924	553	699	578	281	321	540	381
Etats Unis	406	117	9	296	163	182	237	261	239	71
Autres	33	424	100	271	129	130	111	44	73	268
Total	1.367	1.527	1.033	1.120	991	890	628	626	852	720

Table 21. Evolution des exportations de noisettes en coque selon la destination (t) (Source : Douanes, Elaboration Ctifl)

	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Allemagne	968	751	952	1.096	822	1.006	882	1.231	1.215	1.269
Autres	96	112	192	310	149	263	308	379	306	280
Total	1.064	863	1.144	1.406	971	1.269	1.190	1.610	1.521	1.549

La noisette sans coque

Il s'agit du marché le plus important pour la noisette. En Europe, il représente plus de 200.000 t, dont la moitié en provenance de Turquie. La France est très peu présente sur ce créneau. Pourtant, ces besoins sont élevés avec des importations qui s'élèvent à 15.000 t en moyenne, niveau qui demeure stable depuis une dizaine d'années. La Turquie fournit plus de 70% de cet approvisionnement, devant l'Italie (20%) et l'Espagne, en forte baisse. Les exportations sont marginales et ne dépassent pas 1.000 t (Tables 22 et 23).

La demande

Le marché français est estimé à environ 40.000 TEC (tonnes équivalent-coque), dont 5% sont consommés en coque et 95% sont utilisés sous forme décortiquée.

On distingue deux débouchés : (i) les débouchés industriels et artisanaux ; et (ii) les usages domestiques de noisette en coque.

Les débouchés industriels et artisanaux

Ils sont en développement si l'on en juge par l'augmentation des besoins exprimés (Table 24).

Table 22. Evolution des importations de noisettes sans coque selon l'origine (t) (Source : Douanes, Elaboration Ctifl)

	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Turquie	11.958	10.117	8.697	11.958	13.829	10.950	9.978	10.027	13.428	10.967
Italie	3.184	4.573	5.747	4.552	4.561	4.417	3.452	2.498	2.393	3.008
Espagne	1.104	1.125	1.365	1.020	559	547	592	382	143	263
Autres	159	207	118	274	156	454	616	1.506	729	1.227
Total	16.405	16.022	15.927	17.804	19.105	16.368	14.637	14.413	16.693	15.465

Table 23. Evolution des exportations de noisettes sans coque selon la destination (t) (Source : Douanes, Elaboration Ctifl)

	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Total	1.808	1.686	997	901	1.614	702	599	1.040	738	925

Table 24. Evolution des besoins en noisettes décortiquées de l'industrie française de la confiserie (t) (Source : SCEES Alliance 7)

	1986	1987	1988	1989	1990	1991	1992	1993	1994	1995
Quantités	11.030	11.049	10.400	12.118	11.225	11.366	15.339	13.234	14.130	15.489

La chocolaterie industrielle est le principal consommateur, avec environ 12.000 t d'amandons par an. La qualité recherchée est variable selon la destination (tablettes, praliné, pâtes à tartiner, etc.). Pour les tablettes de chocolat, en particulier, on recherche des noisettes de petit calibre. La Turquie est le principal fournisseur de ce marché.

L'industrie du conditionnement de fruits secs utilise 3.000 t d'amandons, de calibre assez gros. Ce sont les principaux débouchés auxquels s'ajoutent les besoins exprimés par les industriels de : (i) la pâtisserie et confiserie ; (ii) la parfumerie alimentaire ; (iii) l'huilerie ; (iv) la biscuiterie ; (v) les glaces et sorbets ; et (vi) la cosmétique.

Les prix, la qualité (déterminée par différents facteurs comme le calibre, le goût, la forme) déterminent la provenance de la marchandise utilisée (Oniflor, 1989).

Les usages domestiques de la noisette en coque

Il s'agit d'une petite niche de 2 à 2.500 t. L'essentiel concerne la noisette séchée. Il existe toutefois un petit créneau de noisette fraîche, présentée dans son involucre, mais qui ne dépasse pas la centaine de tonnes. En réalité, la consommation de noisette en coque est sans doute plus importante, si on ajoute la vente directe et l'autoconsommation qu'on évalue très mal.

Perspectives pour la filière française

Globalement, le commerce extérieur de la noisette est déficitaire. Pour cette raison, et parce que les possibilités de gain de parts de marché dans le secteur de la noisette en coque sont limitées, les professionnels s'intéressent depuis quelques années au marché de la noisette décortiquée, délaissé jusqu'à maintenant. Un programme de plantation de variétés d'industrie a été engagé. Une politique

de réduction des coûts de production est menée grâce à la mécanisation, pour mieux coller aux contraintes économiques sur le marché européen. En effet, les prix sont, en grande partie, déterminés par les conditions de la production en Turquie. Conscients de la difficulté à s'aligner sur ces conditions, les professionnels français visent plutôt une clientèle de transformateurs qui pourraient être intéressés par une noisette décortiquée de petit calibre et de bonne qualité gustative (Hutin, 1997).

Conclusion : Stratégie de la filière des fruits à coque en France

La production française de fruits à coque représente environ un chiffre d'affaires de 400 millions de francs. Au regard de la valeur de la production de fruits (13 milliards), cela peut sembler modeste. Pourtant, il s'agit d'une activité primordiale pour quelques milliers de producteurs.

A l'exception de la noix, la production nationale ne suffit pas à satisfaire les besoins de la demande, notamment en matière première pour l'industrie. Mais pour se placer sur ce marché, fortement internationalisé et cherchant des produits standardisés, il faut être en mesure de proposer des quantités importantes à des prix très compétitifs, c'est à dire proches de ceux des principaux producteurs mondiaux (Chine et Inde pour le cerneau de noix, Etats-Unis pour l'amande et la noix en coque, Turquie pour la noisette).

Conscients qu'ils ne pourront jamais accéder au marché de masse, les opérateurs français ont préféré se placer sur des niches leur permettant de valoriser une production reconnue pour sa qualité gustative. Cette politique "modeste" quant à ses ambitions quantitatives a, malgré tout, permis de remporter quelques succès à l'exportation dont le cerneau de noix et la noisette en coque sont les meilleurs exemples. De même, l'intérêt manifesté depuis quelques années par les producteurs pour un développement maîtrisé des vergers de fruits à coque témoigne également du bien-fondé de cette stratégie.

Références

- SCEES, Service Central des Enquêtes et Etudes Statistiques, Ministère de l'Agriculture et de la Forêt. (différents numéros). Agreste *Statistique Agricole Annuelle Données chiffrées*. Paris.
- Eurofruit (1993). La noisette française face au rouleau compresseur américain. *Eurofruit magazine Unicoque*, Août : 74-75.
- Hutin, C., Aleta, N., Rouskas, D. et Fideghelli, C. (1991). *La noix en Europe : Bilan de l'offre*. Ctifl, Paris.
- Hutin, C. (1996). Le marché européen de la noix. *Infos*, 120 : 10-13.
- Hutin, C. (1997). Le marché de l'amande. *Infos*, 133 : 15-19.
- Oniflor (1989). *Le marché de la noisette*. Rapport de la Division Etudes Economiques et Questions Scientifiques, Paris.