

**BORDEAUX (33)**

## Quartier chic vs quartier populaire

Installés à six cents mètres l'un de l'autre dans le centre-ville de Bordeaux, le Carrefour Market du très chic quartier des Grands-Hommes et le Monoprix du plus populaire quartier Saint-Christoly s'adressent à deux clientèles différentes dans une même zone de chalandise.

### Carrefour Market Monoprix

Installé depuis 2007 dans l'élégant dôme de verre de la galerie des Grands-Hommes, Carrefour Market a inauguré en octobre dernier un espace agrandi, entièrement repensé selon le concept « Kiss » (Keep it simple and sexy). Parmi les promesses relayées à l'ouverture figurait l'ancrage local, avec la mise en avant de producteurs et artisans locaux. Soyons francs, au rayon primeurs, cela ne saute pas aux yeux ! Dans une zone bien délimitée d'une cinquantaine de mètres carrés, identifiée par une enseigne lumineuse « le primeur », l'espace est propre, bien tenu et plutôt bien achalandé, mais aucune communication n'est proposée sur l'origine locale des produits. Dommage, d'autant qu'un grand écran installé en hauteur dans un coin du rayon, apparemment destiné à la présentation des promotions, pourrait avantageusement s'en faire le relais. La déambulation dans le rayon s'opère de manière circulaire autour d'un linéaire central. Les produits sont rangés par familles, sans théâtralisation particulière. L'affichage est assez aléatoire, avec un certain nombre d'étiquettes manquantes ou positionnées aux mauvais endroits. Le rayon bio, plutôt conséquent, est bien identifiable. Les fruits et légumes y sont présentés dans des cagettes en bois donnant un aspect rustique et qualitatif à l'espace, mais nous déplorons que, ce jour-là, elles soient plutôt vides. Un espace réfrigéré ouvert rassemble les références de la quatrième gamme. Afin de répondre à l'exigence de rapidité de sa clientèle citadine, toujours pressée, notons que le magasin ne propose pas moins de six balances dans le rayon !

Changement de lieu, changement de décor. À 600 mètres de là, à proximité de la populaire rue Sainte-Catherine se trouve le magasin Monoprix de la galerie commerciale Saint-Christoly, moribonde depuis plusieurs années et affirmons-le clairement, vraiment peu engageante. Situé en sous-sol, l'espace alimentation s'ouvre dès la sortie des escalators sur un rayon fruits et légumes de 38 m<sup>2</sup> bien tenu et bien fourni, lui aussi identifiable par une pancarte « le

primeur » positionnée en hauteur. Répartis sur plusieurs îlots, les fruits et légumes sont présentés dans des barquettes de type osier. Un effort de théâtralisation est réalisé en tête de rayon avec les produits en promotion. Une vitrine réfrigérée ouverte abrite la 4e gamme ainsi que quelques légumes frais tels que salades, tomates cerises, carottes en sachets et choux. Deux points viennent ternir ce tableau plutôt réussi : les trop nombreux problèmes d'étiquetage (beau-

coup d'origines manquantes et des erreurs sur la tarification au poids ou à la pièce) et la présentation des références bio en vitrine réfrigérée fermée. Une aberration, due, semble-t-il, à un manque de place, qu'il serait préférable que l'enseigne corrige rapidement ! **CB**

\* Découvrez les images de ces rayons sur [www.vegetable.fr](http://www.vegetable.fr)



Relevés effectués le 17 janvier 2023 entre 9 et 11 h

Carrefour market		MONOPRIX	
Observations	€/kg ou UVC	€/kg ou UVC	Observations
Pièce, France	2,99	Chou-fleur	Pièce, France
France	3,29	Patate douce	Espagne
Feuille de chêne, pièce, France	1,29	Salade	Batavia, pièce, France
Pièce, France	2,49	Chou blanc	Pièce, origine inconnue
Espagne	2,99	Courgette	Maroc
Espagne	3,79	Aubergine	Espagne
France	2,79	Poireau	France
France	2,79	Poire conférence	Origine inconnue
France	1,89	Pomme Golden	France
France	3,49	Pomme Pink Lady	France
Pièce, Pérou	1,89	Mangue	Pièce, origine inconnue
Pièce, Espagne	0,80	Citron jaune	Espagne
France	3,69	Tomate grappe	France
Pièce, France	2,99	Potimarron	Pièce, France
Pièce, France	1,99	Butternut	Pièce, France
Consommation, France	1,39	Pomme de terre	Consommation, France
France	11,90	Ail	Origine inconnue
France	3,69	Oignon rouge	Origine inconnue
Italie	2,89	Fenouil	Italie
Pièce, Grèce	0,69	Kiwi	Pièce, origine inconnue
France	3,69	Endive	France

## Conjoncture

## 2023, année compliquée

Volumes en baisse, consommation en berne, augmentation des coûts de production, loi Agec... la filière carotte ne trouvera, cette année, qu'une maigre consolation dans les prix. **CLAIRE BOUC**

**D**ans le périmètre de l'AOP Carottes de France, qui représente 60% de la production nationale, les semis de cette campagne sont en baisse de 12% par rapport à la précédente. « En 2022, les opérateurs ont un peu moins semé, afin d'éviter de se retrouver dans la même situation que la saison passée, avec plus d'offre que de demande\* et une baisse de plus de 20% des prix à l'expédition », explique Astrid Ètèvenaux, directrice de Carottes de France. Chaque année s'ajoute la difficulté à trouver de nouvelles terres et les caprices de la météo : celle de 2022, marquée par des températures très élevées au mois de juillet, avec plus de vingt jours à 35 degrés et des pics à 60 degrés relevés dans les sables des Landes, n'a pas favorisé le développement de la carotte. Malgré l'irrigation, la levée des graines a été lente et irrégulière, conduisant à une baisse des volumes et des rendements. Chez Planète Végétal, qui produit et commercialise 35 000 tonnes de carottes en moyenne chaque année, on accuse une baisse de 25% des volumes pour l'hiver 2023. Si la qualité est au rendez-vous chez cet opérateur (notamment avec un taux de Brix supérieur à la normale), ainsi que chez la plupart des producteurs, cela ne semble pas être le cas partout. « La carotte n'est pas belle cette année. Elle est séchée, cassée, fendue. Nos producteurs font leur possible pour trier, mais l'année va être dramatique. On réfléchit à une catégorie 2 pour les aider à sortir plus de marchandises », indique Julien Marjani, acheteur chez Auchan.

Débutée au mois d'octobre avec une offre inférieure à la demande, la campagne d'hiver devrait être relativement courte, avec une pénurie prévisible en fin de campagne. « La consommation de la carotte étant étroitement liée à la météo : s'il fait doux, cela passera, mais s'il fait froid, le marché devra de nouveau faire appel à la carotte primeur étrangère dès début avril, la française arrivant traditionnellement à maturité vers le 20 mai », indique Bruno Séverac, directeur marketing et commercial de Planète Végétal.

## Des coûts de production qui explosent

Si les niveaux de prix restent satisfaisants, ils sont loin de compenser la hausse des coûts de production en champ et en station. « Tout a augmenté : la location des terres, les semences, les engrais, le fuel, les emballages, la main d'œuvre, dont les besoins sont en augmentation constante afin d'assurer le désherbage des parcelles, les substances actives étant interdites les unes après les autres », poursuit Astrid Ètèvenaux. Quant à la hausse du prix de l'électricité, elle impacte durement les opérateurs du Nord de la France, qui conservent leurs carottes en frigo

et dont les factures ont triplé, pour certains. Cette année, l'opérateur Fruidor Terroirs, directement concerné avec 6 000 tonnes de carottes produites dans le Nord, reste serein. « Comme l'offre va manquer, nous allons vendre nos carottes plus cher, ce qui devrait compenser l'augmentation du coût de l'énergie. Mais nous sommes inquiets pour l'avenir. Le surcoût de l'énergie est de l'ordre de 10 centimes du kilo pour les producteurs ayant bien négocié leurs contrats. Le coût de stockage global est donc passé de 18 centimes à 28 centimes du kilo. Quand on sait que l'an dernier, en fin de saison, on vendait à moins de 28 centimes le kilo, il y a de quoi s'inquiéter ! Peut-être faudra-t-il revoir le modèle de production de la carotte dans le Nord et se limiter aux bassins de production qui stockent au champ à moindre coût. Pourtant, ce modèle était vertueux, avec des terres disponibles, moins de rotations et moins de besoins en pesticides », précise François Dalle, directeur de Fruidor Terroirs. De son côté, Julien





**Auchan**  
Julien Marjani,  
acheteur chez Auchan.

Marjani, qui ne veut pas perdre ses producteurs, qu'il considère comme des partenaires, essaie de leur venir en aide. « Un producteur m'a sollicité pour sa facture énergétique qui a triplé : il m'a demandé un accompagnement, j'ai payé, car je ne veux pas le perdre et je ne veux pas aller acheter en Belgique ou aux Pays-Bas : notre priorité est d'acheter français. » La conjonction de tous ces facteurs ferait que la carotte serait aujourd'hui 1,5 fois plus chère à produire. Ajoutez à cela le casse-tête de loi Agec (anti-gaspillage pour une économie circulaire) de 2020, sommant les opérateurs de trouver une alternative aux emballages plastiques pour les carottes conditionnées par lots de moins de 1,5 kg avant le 30 septembre 2022\*\*, et vous obtenez la recette idéale pour malmener une filière.

### Faire face à la loi

Pendant deux ans, les opérateurs ont recherché des alternatives au plastique, mais celles-ci sont difficilement viables économiquement. La carotte lavée étant un produit humide, qui respire, le carton et le

papier sont des emballages moins « compatibles » qu'avec d'autres légumes. Certains consommateurs regrettent par ailleurs que le produit soit moins visible. Mais c'est aujourd'hui la seule alternative. Résultat : la plupart des distributeurs ont choisi de contourner la loi et de

consommateurs. Cela risque de générer beaucoup de gâchis chez eux, ce qui nous amène à une véritable aberration : la loi Agec, sensée être une loi antigaspillage, pourrait contribuer à favoriser ce dernier ! », s'offusque Bruno Séverac. Quant au développement du vrac, il n'est ni la solution

**« Si les niveaux de prix restent satisfaisants, ils sont loin de compenser la hausse des coûts de production. »**

basculer leur offre en 1,5 kg. Une solution qualifiée de « au secours ! » pour Julien Marjani. Et un véritable problème, quand on sait que le panier d'achat moyen se situe autour d'1 kg. « Cela va forcément impacter la consommation. Fin 2022, les volumes consommés étaient en baisse de 5 à 7 % par rapport à 2021 », souligne Astrid Étèveaux. Sans parler du gaspillage que cela va engendrer. « 1,5 kg de carottes achetées d'un coup, c'est clairement trop pour de nombreux

pour les opérateurs, qui ne peuvent pas valoriser leurs produits, alors même qu'on les pousse à développer toujours plus de démarches de certifications, ni une solution pour les enseignes de la distribution, qui ne disposent pas de la main d'œuvre suffisante pour gérer correctement une offre en vrac grandissante. Sans compter que cela n'est pas non plus la tendance, le pré-emballé ayant connu un fort développement ces dernières années, notamment du



## Producteur/expéditeur des Hauts de France

**Spécialiste des ...**  
Carottes Gustatives de pleine terre  
Pommes de Terres fermes et fondantes



**ENGAGEMENT**  
Environnemental & sociétal



**ENGAGEMENT**  
Sécurité alimentaire



**ENGAGEMENT**  
Pour le goût







**OBJECTIF 2023**  
↓  
IFS Food







fait de la crise sanitaire : 58 % de carottes pré-emballées cette année versus 42 % de vrac, contre 55 % de préemballé vs 45 % de vrac l'année passée. « Par ailleurs, n'oublions pas qu'il faut de tout pour faire un rayon, car il existe différents types de consommateurs, avec des modes de consommation et des revenus différents », ajoute Astrid Ètèvenaux.

Un point de vue partagé par Bruno Séverac : « La carotte se consomme aussi bien crue que cuite. Il y a une segmentation d'usage qui était jusque-là accompagnée par une segmentation de formats. Or c'est précisément ce que la loi Agec a rompu. C'est une loi très perturbante pour la variété de l'offre. » L'opérateur, qui propose des offres ZRP (Zéro résidus de pesticides) et bio en 750 g, ne les a pas passées en 1,5 kg. « Elles seraient devenues beaucoup trop coûteuses pour les consommateurs. Nous les avons donc laissées en 750 g et les avons transférées au sachet papier. Cela nous coûte très cher, car nous achetons ces sachets à l'étranger, mais cela est

nécessaire pour continuer à valoriser ces démarches. Cette offre papier, que nous maîtrisons techniquement, est inéluctable pour avoir une offre distinctive dans le rayon. »

De son côté, Fruidor Terroirs, qui avait de grosses craintes en passant son offre bio à 1,5 kg, a finalement été surpris. « Nous avons gagné un peu de volumes, car nous vendons 50 % de carottes en plus dans chaque sachet, mais nous n'avons pas perdu 50 % de consommateurs. Pour autant, on sait bien que ces offres à 1,5 kg vont à contre-courant de la taille des ménages, qui diminue. »

### Un report qui laisse de marbre

Alors, remarquerez-vous, la filière carotte a dû voir d'un bon œil, le 9 décembre dernier, l'annulation par le Conseil d'État du décret d'application de la loi Agec ? Pas du tout, car il ne s'agit là que d'un sursis ! Un nouveau décret a en effet été soumis dans la foulée à l'Union européenne, afin que chaque État membre donne son

avis, puisqu'il concerne les carottes françaises, mais aussi les carottes étrangères commercialisées en France. Ce nouveau décret pourrait théoriquement entrer en vigueur en mars, voire en juin 2023. Toutefois, comme un règlement visant à harmoniser les mesures en matière d'emballage est à l'étude au niveau européen, il est fort probable qu'aucun texte ne puisse entrer en vigueur avant 2024. Quoi qu'il en soit, les acteurs de la filière ont avancé et n'ont ni l'intention ni les moyens de revenir en arrière. « Nous avons écoulé tous nos stocks d'emballages plastique. En recevoir de nouveaux prendrait trop de temps et nous sommes passés à autre chose », soupire François Dalle. Face à toutes ces incertitudes, fermeté des prix et structuration de la filière semblent des remparts bien fragiles, mais néanmoins indispensables. ■

\* Précisons cependant qu'en 2021 les semis étaient en hausse de 6 %.

\*\* En dehors des carottes primeur et des petites carottes qui bénéficiaient d'une dérogation jusqu'au 31 décembre 2024.



**ULMA** WeCare

Operculeuse automatique pour tout type de barquettes préformées de différentes compositions. Pour l'opercule, des films thermoscellables imprimés peuvent être utilisés.

- ✓ Scellage résistant
- ✓ Construction robuste
- ✓ Facile d'utilisation
- ✓ Réduction du coût de la maintenance
- ✓ Polyvalence

ULMA Packaging - Le Mas des Entreprises Lot D8 - 5 avenue Lionel Terray - 69330 Meyzieu - +33 472056890 - info@ulmapackaging.fr  
www.ulmapackaging.fr