

Novembre 2011

État des lieux et évolutions de la sphère agroalimentaire
du Languedoc-Roussillon de 1997 à 2009

L'agroalimentaire, pilier de l'économie régionale, tient le cap



Avec un chiffre d'affaires de 8,6 milliards d'euros en 2009, la sphère agroalimentaire régionale dans son ensemble a résisté à la crise. Cette dernière a cependant affecté la filière viticole ainsi que, dans une moindre mesure, la filière produits animaux. Les autres filières ont non seulement résisté, mais en plus font preuve d'un dynamisme certain : chiffre d'affaires (CA) et exportations en hausse, développement de nouveaux circuits de distribution. Le phénomène de concentration des établissements, déjà observé en 2002, se poursuit et s'accélère : l'effectif moyen par établissement passe de 18 à 22 salariés entre 2002 et 2009, avec un CA moyen par établissement en progression, qui atteint 9,6 millions d'euros.

Sur la même période, le nombre d'établissements a régressé de 25 % et l'emploi salarié permanent de 6 %. Seuls les petits établissements (de moins de 20 salariés) sont concernés par ces baisses.

Les établissements de plus de 20 salariés ont vu leur nombre augmenter de 7 % et leur effectif salarié de 16 %. Avec un CA en hausse de 13 %, cette catégorie d'établissements contribue désormais à 75 % du CA régional. La taille a donc été un élément clé de résistance à la crise.

En amont de l'agroalimentaire régional, les achats de matières premières agricoles se font de moins en moins en région en raison de la perte de vitesse de la viticulture et du développement de filières moins consommatrices de matières premières agricoles régionales (dérivés de céréales, produits divers).

En aval, le développement des exportations favorise les destinations de plus en plus lointaines. Sur le marché domestique en revanche, on assiste à une reconquête des marchés de proximité à travers le développement de circuits alternatifs (grossistes, restauration collective, vente directe, ...). Parallèlement, la volonté d'appartenance au territoire reste prononcée avec l'utilisation importante de signes de qualité liés au terroir (appellation d'origine protégée – AOP, indication géographique protégée – IGP) et de la marque régionale Sud de France.

Cette recherche de nouveaux débouchés, ces stratégies de marquage, la poursuite de l'effort d'innovation, ou encore l'adoption d'une démarche développement durable (qui concerne près d'un quart des établissements), sont autant de moyens de différenciation qui ont permis, malgré la crise, d'accroître la valeur ajoutée des productions régionales.

Cette nouvelle enquête nous montre que l'agroalimentaire régional a su préserver son activité et sa compétitivité et même améliorer sa durabilité économique par rapport à 2002.

Résistance du chiffre d'affaires régional : la crise viticole est compensée par le dynamisme des autres filières...

En 2009, le CA régional, qui s'élève à 8,6 milliards d'euros, progresse en valeur absolue mais est en légère baisse en euros déflatés (- 4 %).

Une filière a vu son CA fortement diminuer : la filière vins, dont les ventes sont passées de plus de 4 milliards d'euros en 2002 à 3 milliards en 2009. Cette chute de 26 % témoigne de l'impact de la crise viticole en région ces dernières années. Même si la filière vins reste la première filière agroalimentaire régionale, son poids relatif a désormais nettement diminué et elle ne représente plus que 36 % du CA régional (contre 46 % en 2002).

A l'opposé, d'autres filières affichent d'importantes progressions de leurs ventes malgré la crise, à commencer par la filière dérivés de céréales : avec 43 % de croissance entre 2002 et 2009, cette filière accède au second rang du palmarès régional, en particulier grâce au dynamisme d'établissements spécialisés dans l'alimentation animale.

La filière produits divers, dont le CA a augmenté de 21 % sur la même période, se place en 3^{ème} position et représente désormais 17 % du CA régional.

La filière fruits et légumes, qui avait connu une période très difficile entre 1997 et 2002, voit son CA remonter de 7 % entre 2002 et 2009. Ce regain s'explique par l'activité conditionnement et négoce du marché Saint Charles International, qui représente à lui seul 40 % du CA de la filière. Dans cette même période, l'activité de transformation voit son CA diminuer de 49 %. Cette filière traditionnelle passe désormais à la quatrième place du palmarès régional : la reprise de ces dernières années est insuffisante face au «boom» des produits divers et dérivés de céréales.

Enfin, la filière produits animaux (regroupant les viandes, la charcuterie, le poisson, les produits laitiers, les fromages ainsi que les plats préparés essentiellement à base de ces produits) est restée en marge de ces progressions, avec un CA en baisse de 8 %.

Le poids relatif des départements dans le CA régional montre une domination nette de l'Hérault (30 %) et du Gard (30 % également). Les variations sur la période 2002 - 2009 résultent de la spécialisation forte de certains départements : baisse de 21 % dans l'Aude où domine la filière viticole, hausse de 23 % dans les Pyrénées-Orientales, grâce au dynamisme du marché Saint-Charles dans les fruits et légumes (qui représente 36 % du CA du département 66).

Chiffre d'affaires par filière

	CA en M€ 2009			Évolution en %	
	1997	2002	2009	1997-2002	2002-2009
Vins	3 084	4 152	3 072	+ 35	- 26
Dérivés de céréales	1 049	1 168	1 674	+ 11	+ 43
Produits divers	1 592	1 206	1 458	- 24	+ 21
Fruits et légumes	1 324	1 277	1 364	- 4	+ 7
Produits animaux	981	1 183	1 084	+ 21	- 8
Total	8 030	8 986	8 652	+ 12	- 4

Sources : enquêtes EAA du LR 1998, 2003, 2010.

La concentration des établissements se poursuit et l'emploi retrouve son niveau de 1997

Plus de 1 200 emplois permanents ont été perdus entre 2002 et 2009. De 21 000 salariés permanents, la sphère agroalimentaire est passée à 19 800 (- 6 %), retrouvant ainsi un

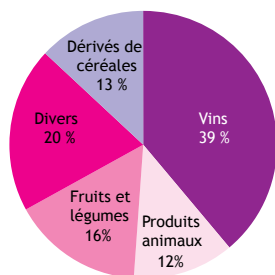
niveau très proche de 1997. Tous les départements sont concernés, sauf les Pyrénées-Orientales (où le nombre de salariés s'accroît de 7 %) et la perte est un peu plus prononcée dans le Gard (-11 %).

Le nombre d'établissements, qui avait diminué de 15 % entre 1997 et 2002, se contracte à nouveau, passant de 1 174 en 2002 à un peu

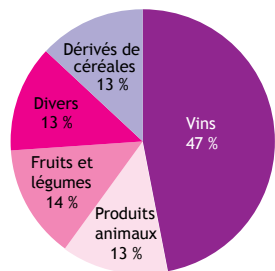


Répartition du CA par filière

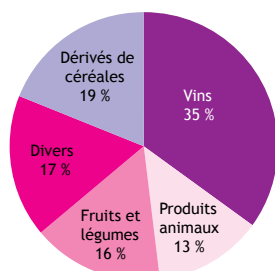
en 1997



en 2002



en 2009



Sources : enquêtes EAA du LR 1998, 2003, 2010.

moins de 900 en 2009. Cette contraction de 25 % est plus forte que celle de l'emploi. Elle ne concerne que les établissements de moins de 20 salariés, alors que les établissements de plus de 20 salariés sont plus nombreux qu'en 2002 (+7 %) et affichent une croissance de l'emploi de 16 %.

Le phénomène de concentration, déjà relevé en 2002, se poursuit et s'accélère. Cette tendance est également perceptible par la hausse de l'effectif moyen par établissement, toutes filières confondues : de 14 salariés en moyenne en 1997, il était passé à 18 en 2002 et atteint 22 salariés en 2009.

Les établissements de plus de 20 salariés représentent 22 % des établissements agroalimentaires de la région et, au terme d'une progression de leur CA de 13 % depuis 2002, pèsent désormais 75 % du CA régional. La diminution du nombre d'établissements dans les autres tranches d'effectifs entre 2002 et 2009 a provoqué

Les filières de la sphère agroalimentaire

Les cinq filières de production de la sphère agroalimentaire ont été définies à partir de la sélection des établissements ayant les codes APE (activité principale exercée) suivants :

La filière vins : fabrication de vins effervescents (11.02A), vinification (11.02B), fabrication de cidre et de vins de fruits (11.03Z), production d'autres boissons fermentées non distillées (11.04Z), et commerce de gros de ces produits (46.17B, 46.34Z*) .

La filière dérivés de céréales : meunerie (10.61A), autres activités du travail des grains (10.61B), fabrication industrielle de pain et de pâtisserie fraîche (10.71A), cuisson de produits de boulangerie (10.71B), boulangerie et boulangerie-pâtisserie (10.71C), pâtisserie (10.71D), fabrication de biscuits, biscottes et pâtisseries de conservation (10.72Z), fabrication d'autres produits alimentaires* (10.89Z), fabrication d'aliments pour animaux de ferme (10.91Z), fabrication d'aliments pour animaux de compagnie (10.92Z), commerce de gros de céréales, tabac, semences et aliments bétail (46.21Z)

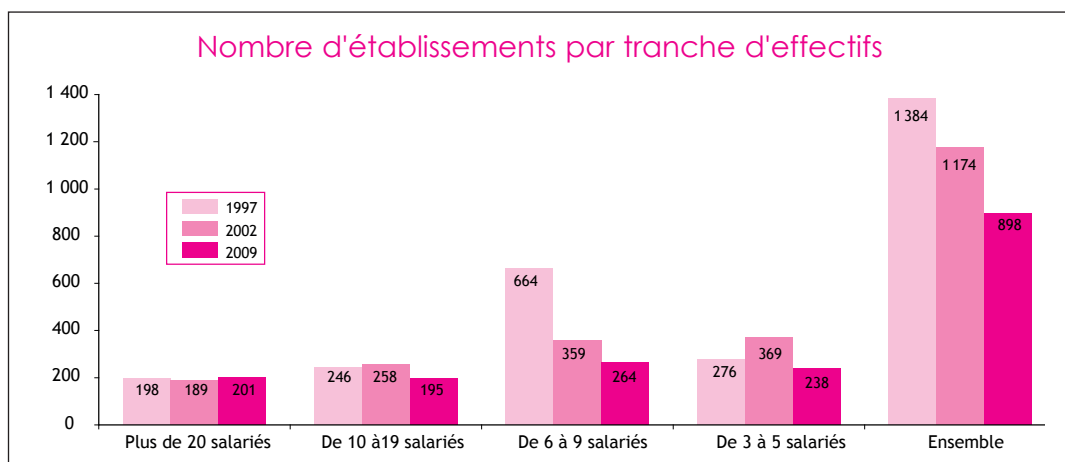
La filière produits divers : production de sel (08.93Z), fabrication d'huiles et graisses brutes et raffinées (10.41A, 10.41B), de margarine et graisses comestibles similaires (10.42Z), de glaces et sorbets (10.52Z), de sucre (10.81Z), de cacao, chocolat et de produits de confiserie (10.82Z), de thé et café (10.83Z), de pâtes alimentaires (10.73Z), de condiments et assaisonnements (10.84Z), de plats préparés* (10.85Z), d'aliments homogénéisés et diététiques (10.86Z), d'autres produits alimentaires* (10.89Z), de bière et de malt (11.05Z et 11.06Z), industrie des eaux de table (11.07A), production de boissons rafraîchissantes (11.07B), commerce de gros de ces produits (46.21Z, 46.33Z, 46.34Z*, 46.36Z, 46.37Z, 46.38B, 46.39A, 46.39B) et entreposage et stockage frigorifique (52.10A)

La filière fruits et légumes : transformation et conservation de pommes de terre (10.31Z), préparation de jus de fruits et légumes (10.32Z), autre transformation et conservation de légumes (10.39A), transformation et conservation de fruits (10.39B), commerce de gros de ces produits (46.17B et 46.34Z) et commerce de gros de fruits et légumes (46.31Z).

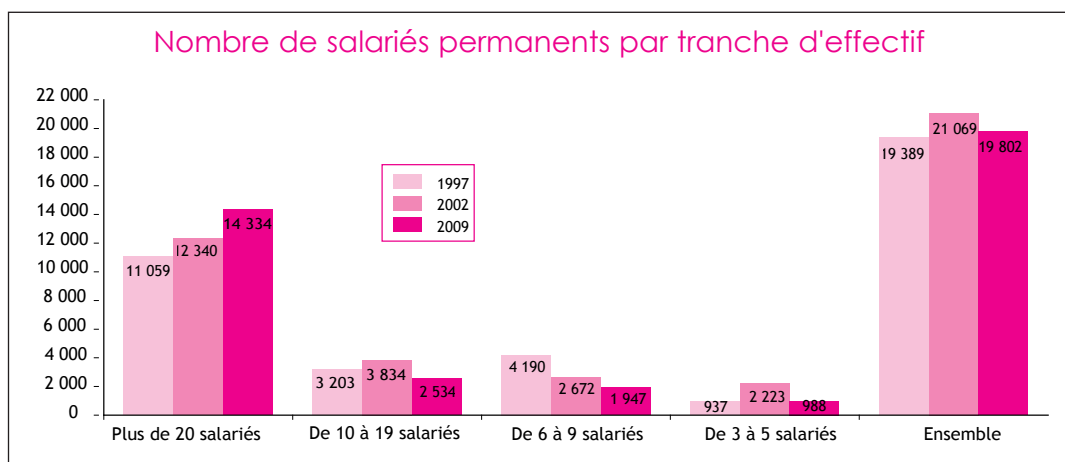
La filière produits d'origine animale : transformation et conservation de viande de boucherie (10.11Z), de viande de volaille (10.12Z), préparation industrielle de produits à base de viande (10.13A), charcuterie (10.13B), transformation et conservation de poisson, de crustacés et de mollusques (10.20Z), fabrication de lait liquide et de produits frais (10.51A), fabrication de beurre (10.51B), de fromage (10.51C), d'autres produits laitiers (10.51D), de plats préparés* (10.85Z), commerce de gros de ces produits (46.32A, 46.32B, 46.32C, 46.33Z, 46.38A)

* Pour ces codes d'activités, l'appartenance à l'une ou l'autre des filières est déterminée *a posteriori*, suivant la description de l'activité dans le questionnaire. Ex : l'activité commerce de gros de boissons 46.34Z pourra appartenir à la filière vins s'il s'agit de commerce de vins (autre que la vente en l'état, voir encadré Méthodologie) ou à la filière produits divers s'il s'agit de commerce d'eaux de table.

une contraction du CA global : - 24 % pour les établissements de 10 à 19 salariés, - 7 % pour les établissements de 6 à 9 salariés et - 62 % pour les établissements de 3 à 5 salariés.



Sources : enquêtes EAA du LR 1998, 2003, 2010.



Sources : enquêtes EAA du LR 1998, 2003, 2010.

Positionnement du Languedoc-Roussillon dans le secteur des IAA en France

En 2007, l'Insee¹ estime que le secteur des IAA demeure le premier employeur industriel en région (hors BTP), avec 25 % de l'effectif salarié de l'industrie. Toujours selon ce critère, le Languedoc Roussillon se classe 16^{ème} des régions françaises avec 2,55 % de l'effectif employé par les IAA en France.

L'industrie agroalimentaire française a souffert de la dernière crise économique avec un CA 2009 (estimé à près de 144 milliards d'euros) en chute de 6,6 % par rapport à 2008, particulièrement dans la filière dérivés de céréales (-14,3 %)². Les exportations représentent 18 % de ce CA, toutes filières confondues.

1- Source : Fiche Draaf du LR, tirée du Service de la Statistique et de la Prospective (Enquêtes EAE 2007 et Insee DGI BIC 2007)

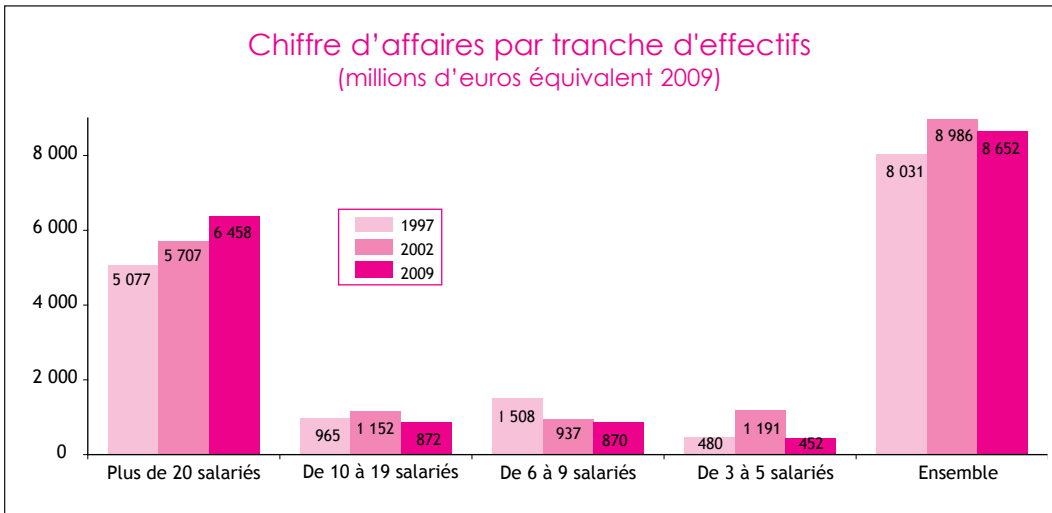
2- Source : Insee, Comptes de la nation 2009

Le CA moyen des établissements progresse

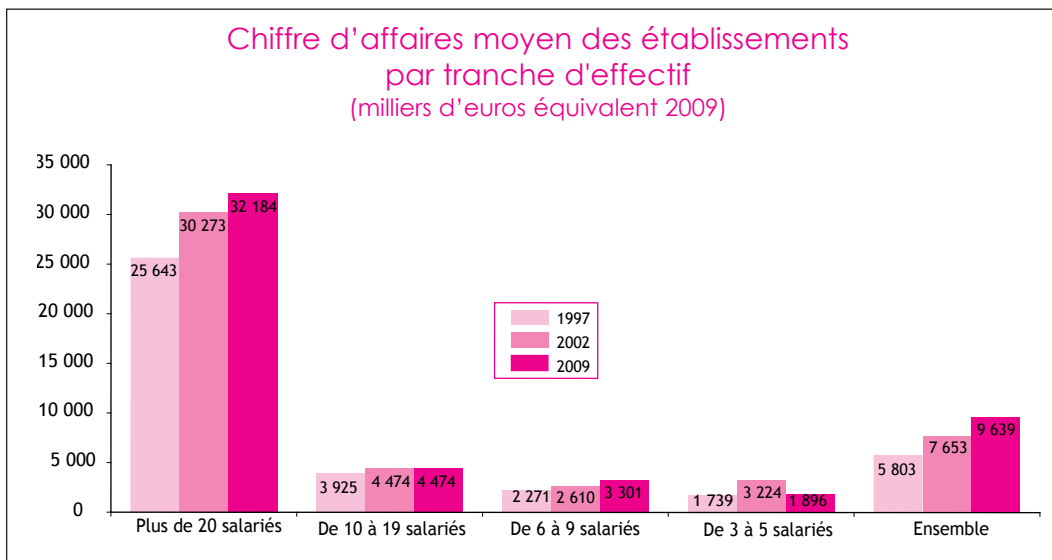
Malgré la crise, le CA moyen par établissement, qui était de 7,6 millions d'euros en 2002, progresse pour atteindre 9,6 millions d'euros en 2009 soit une hausse de 26 % depuis 2002 pour l'ensemble des établissements, et de 66 % sur la période 1997-2009 (en euros 2009).

Entre 2002 et 2009, le CA moyen a augmenté de 6 % pour les établissements de plus de 20 salariés, il est resté stable pour les établissements de 10 à 19 salariés et il a augmenté de 26 % pour les établissements de 6 à 9 salariés. Dans les établissements de 3 à 5 salariés, il a en revanche nettement chuté : - 41 %.

Les gros établissements ont donc mieux résisté à la crise. Ils sont moteurs dans le maintien de l'activité agroalimentaire régionale. Les petits établissements (qui forment le tissu local de la sphère agroalimentaire du Languedoc-Roussillon) ont beaucoup souffert (disparitions, chute de l'emploi permanent), en particulier ceux de moins de 5 salariés.



Sources : enquêtes EAA du LR 1998, 2003, 2010.



Sources : enquêtes EAA du LR 1998, 2003, 2010.

La filière vins se concentre pour enrayer la crise

Le nombre d'établissements de la filière vins qui était resté stable entre 1997 et 2002 accuse une baisse de 26 % entre 2002 et 2009. Outre la crise viticole, le phénomène est également favorisé par l'accentuation des fusions entre caves coopératives ces dernières années. Cependant, son effectif salarié n'a baissé «que» de 7 % sur la période concernée. La filière viticole s'est donc surtout concentrée, d'autant que pour les établissements de plus de 20 salariés, on note une hausse de 40 % du nombre de salariés permanents. Avec près de 6 400 salariés, la filière vins reste la première pourvoyeuse d'emplois de la sphère agroalimentaire

et régionale et garde son poids relatif (32 % de l'emploi agroalimentaire régional).

Filière dérivés de céréales : les établissements artisanaux se rétractent ou disparaissent, les gros établissements tirent la filière vers le haut

Malgré la forte croissance de son chiffre d'affaires, la filière dérivés de céréales a beaucoup souffert des disparitions d'établissements : de 286 établissements en 2002, il n'en reste que 97 en 2009 (soit - 66 %). Malgré quelques nuances à apporter sur cette perte d'établissements (il s'agit probablement souvent d'une sortie du champ de l'enquête suite à une baisse du



nombre de salariés-cf. encadré Méthodologie), le phénomène est bien présent.

Cette filière est également la plus durement touchée par les pertes d'emploi avec une chute de 21 % de l'effectif salarié permanent sur la période : elle passe de 4 063 à 3 200 salariés.

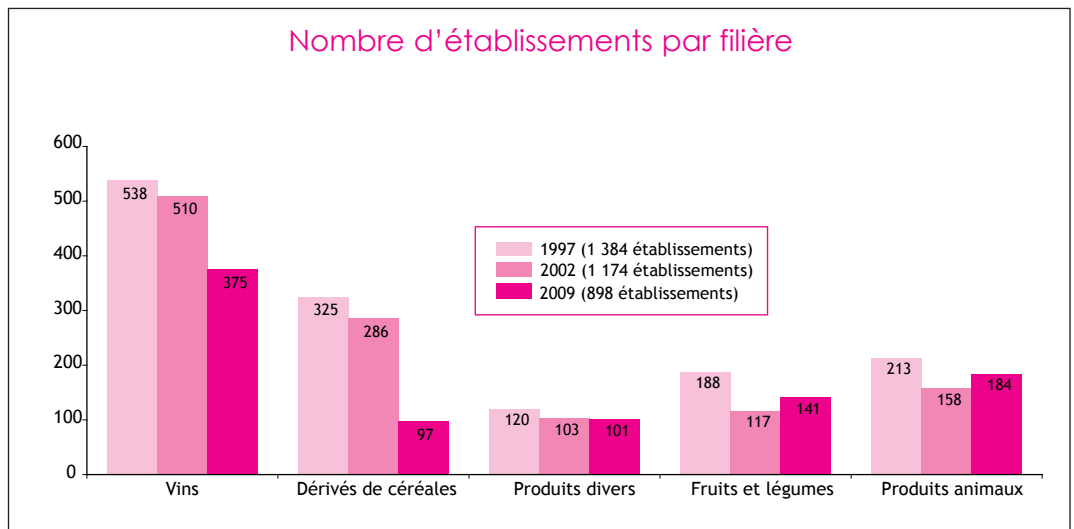
Cette baisse très importante de l'effectif salarié permanent concerne là encore uniquement les petits établissements : pour les établissements de plus de 20 salariés, l'emploi a augmenté de 60 %.

Dans cette filière, ce sont donc les petits établissements, artisans boulangers et pâtisseries, qui ont particulièrement souffert depuis 2002. Dans les gros établissements (alimentation pour animaux, coopératives céréalières et

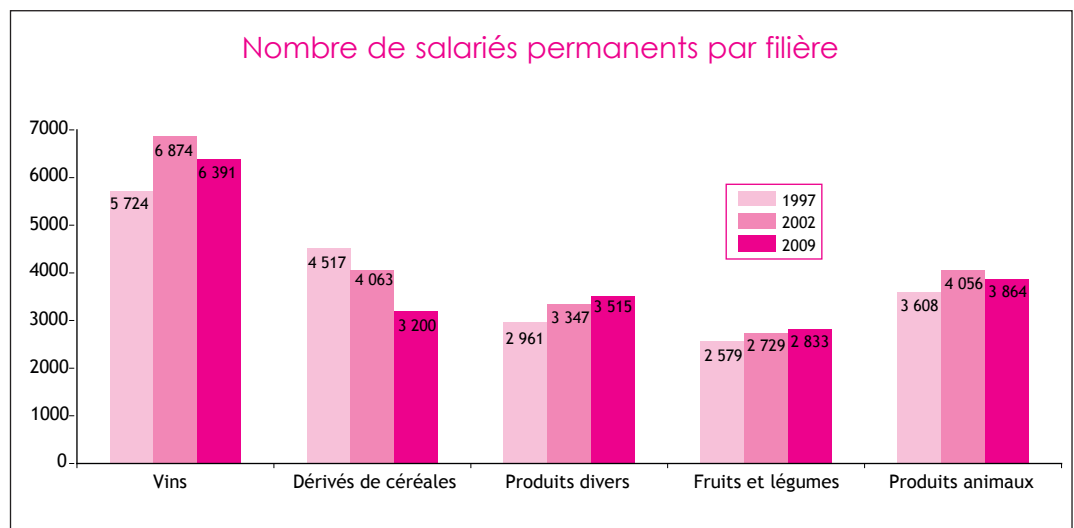
boulangeries et pâtisseries industrielles) l'emploi a mieux résisté, voire progressé.

Conséquence logique des «disparitions» de petits établissements, c'est également dans cette filière que le phénomène de concentration est le plus marqué : de 14 salariés en 2002, l'effectif moyen est désormais passé à 33.

La filière dérivés de céréales a donc su rapidement évoluer pour s'adapter. Elle s'est concentrée de manière très marquée ces dernières années, avec des établissements moins nombreux, mais de plus en plus gros pour la rendre de plus en plus compétitive, alors que bon nombre de petits établissements n'arrivent pas à survivre et disparaissent, ou se rétractent.



Sources : enquêtes EAA du LR 1998, 2003, 2010.



Sources : enquêtes EAA du LR 1998, 2003, 2010.



Produits divers : une filière en plein essor

Alors que le nombre d'établissements diminue sensiblement dans toutes les filières, les produits divers, qui regroupent de nombreuses et diverses productions (voir encadré définissant les filières), ont conservé un effectif stable (-2 %) en nombre d'établissements.

La filière progresse de 5 % en nombre de salariés : avec 3 500 salariés permanents, elle se place au troisième rang de l'agroalimentaire régional et passe devant les fruits et légumes et les dérivés de céréales. C'est aussi dans cette filière que l'effectif moyen par établissement est le plus élevé : 35 salariés en moyenne.

Fruits et légumes : l'emballage et l'allotissement, deux activités qui dynamisent la filière

Les pertes en nombre d'établissements que la filière fruits et légumes avait connues entre 1997 et 2002 (-38 %) laissent place à un regain (+21 %), toutefois insuffisant pour retrouver le niveau de 1997. Le nombre d'établissements passe ainsi de 117 à 141, dont 27 sont des opérateurs (pour la plupart des grossistes) appartenant au marché Saint-Charles International.

Fait nouveau par rapport à 2002 : l'activité de commerce de gros contribue désormais de plus en plus à la création de valeur ajoutée de la filière par des opérations d'emballage ou d'allotissement¹. Ainsi, l'apparition de nouveaux établissements spécialisés dans le conditionnement avant réexpédition explique en partie le dynamisme nouveau de la filière. Autre signe de ce dynamisme, la filière fruits et légumes voit son effectif salarié s'accroître de 4 % pour atteindre 2 800 emplois permanents.

Produits animaux : redéploiement ?

La filière produits animaux, dont le nombre d'établissements avait chuté lors de la précédente période (- 26 % entre 1997 et 2002) a également repris du poids, avec une hausse de 16 % en nombre d'établissements (elle passe de 158 à 184 établissements). Malgré ce regain, l'emploi salarié baisse de 5 %. La filière reste toutefois la seconde pourvoyeuse d'emplois au

Malgré la tendance à la concentration, la sphère agroalimentaire régionale reste majoritairement composée de très petites entreprises (TPE)

La concentration de la sphère agroalimentaire régionale se poursuit depuis 1997. En 12 ans, la sphère a perdu plus d'un tiers de ses établissements, alors que l'emploi se maintient sur la période 1997- 2009. L'écart se creuse entre les établissements de plus de 20 salariés qui poursuivent leur croissance (CA, emploi) et ceux de moins de 10 salariés qui disparaissent en nombre. La recherche d'économies d'échelles ou de taille critique pour structurer le développement à l'international, les diverses politiques de qualité ou de marquage, l'effort d'innovation, etc. expliquent cette concentration.

Malgré cette tendance, la sphère agroalimentaire régionale reste à près de 80 % composée de petites entreprises de moins de 20 salariés, et d'une majorité de très petites entreprises (TPE) de moins de 10 salariés. Parmi les établissements de plus de 20 salariés qui représentent 22 % de la population, la majorité (15 %) sont des PME de 20 à 49 salariés, 6 % des PME de 50 à 249 salariés, et seulement 2 % des entreprises de taille intermédiaire (ETI) de plus de 250 salariés.

niveau régional (3 800 salariés permanents). L'effectif moyen par établissement a ici diminué, passant de 26 à 21 salariés en moyenne, ce qui est logique puisque de nouveaux établissements (donc de petite taille) ont été créés.

La résistance de l'agroalimentaire régional passe aussi par plus de création de valeur

Pourquoi la création de valeur doit-elle s'observer au niveau des entreprises ?

Alors que l'emploi et le CA des établissements sont des indicateurs pertinents du poids économique de la sphère agroalimentaire régionale, la «création de valeur» régionale ne peut se mesurer que lorsque l'on se situe au niveau des entreprises. Il faut faire une consolidation afin d'éviter des doubles-comptes. En effet, dans le cas d'une entreprise pluri-établissements, la valeur créée peut être transférée de l'un à l'autre.

L'évolution de la valeur ajoutée est donc étudiée sur la base des entreprises et non des établissements.

La valeur ajoutée produite par les entreprises régionales approche les 1,4 milliard d'euros, en progression de 21 % par rapport à 2002, malgré

1- Concernant les activités de commerce de gros, seuls entrent dans le champ de l'enquête les établissements créant de la valeur ajoutée par des opérations d'emballage ou d'allotissement selon des critères spécifiés dans l'encadré Méthodologie

En 2009, les créations d'emplois n'ont encore pas compensé les disparitions

En 2009, un quart des établissements ont embauché (584 salariés), alors que 31 % ont subi une baisse de leur effectif salarié permanent (- 711 salariés). La perte d'emploi salarié s'est donc poursuivie en 2009, même si elle décroît par rapport à la perte annuelle moyenne de 180 salariés relevée sur 7 ans.

La «baisse de l'activité de l'entreprise» est la principale raison évoquée pour expliquer la diminution d'effectif (par 44 % des établissements concernés). La crise économique est bien invoquée comme le premier facteur de perte d'emploi de l'agroalimentaire régional en 2009. Pour le quart des établissements dont l'emploi s'est contracté, la baisse est aussi liée à des «réorganisations internes» faisant suite à des opérations de fusion, absorption, changement d'actionnaire ou changement de statut. Enfin, le taux d'encadrement (nombre de cadres rapporté au nombre de salariés permanents) reste stable (13 %) entre 2002 et 2009. Il évolue favorablement dans les filières fruits et légumes et produits animaux.

Pour l'année 2010, 20 % des dirigeants d'établissements ont déclaré avoir des prévisions d'embauche. Les fonctions concernées sont relatives à la production, au conditionnement et à l'entretien (11 %), et à la vente (commerciaux opérationnels sur le marché français : 9 %).

Près de la moitié des dirigeants qui souhaitent embaucher sur ces fonctions disent éprouver des difficultés de recrutement (respectivement 42 % et 49 %).

2- Source Insee (pour les IAA de plus de 20 salariés)

la crise. Cette évolution favorable est liée au poids de plus en plus important des filières produits divers et dérivés de céréales, qui ont un taux de valeur ajoutée sur CA supérieur à la moyenne régionale.

La part de la valeur ajoutée dans le CA augmente : elle passe de 15 % en 2002 à 16 % en 2009. Pour les entreprises de plus de 20 salariés, ce taux est de 17 %, et reste malgré tout inférieur à celui des IAA au niveau national, qui se situe autour de 20 %².

Les achats de matières premières agricoles et de transport pèsent de plus en plus sur les établissements

Les achats totaux en 2009 s'élèvent à un peu plus de 7 milliards d'euros, soit une hausse de 17 % (toujours en équivalents euros 2009) depuis 2002. Le poids des achats de matières premières agricoles s'est alourdi : de 48 % du CA en 2002, il est passé à 54 % en 2009.

Pour compenser ces surcoûts, les établissements font des choix et rognent sur d'autres postes de dépenses, pourtant essentiels à leur pérennité, comme la communication ou la recherche et développement.

Chiffre d'affaires (CA) et valeur ajoutée (VA) des entreprises : évolution 2002-2009 (en millions d'euros 2009)

	2002				2009				2002-2009
	CA	VA	VA/CA	VA/filière (%)	CA	VA	VA/CA	VA/filière (%)	Évolution VA (%)
Vins	3 700	420	11	38	3 048	491	16	36	+ 17
Dérivés de céréales	862	217	25	19	1 670	281	17	21	+ 30
Produits divers	826	182	22	16	1 350	257	19	19	+ 42
Fruits et légumes	1 012	163	16	15	1 364	149	11	11	- 9
Produits animaux	966	137	14	12	1 029	169	16	13	+ 24
Total	7 365	1 118	15	100	8 462	1 348	16	100	+ 21

Sources : enquêtes EAA du LR 1998, 2003, 2010.

La part de matières premières agricoles issues de la région diminue

Les établissements achètent de moins en moins leurs matières premières agricoles en région : en 2002, les deux tiers des matières premières agricoles étaient achetées en Languedoc-Roussillon, alors qu'en 2009 seulement la moitié en provient. Cette évolution est la conséquence de l'évolution de la sphère agroalimentaire dans son ensemble : diminution du

poids relatif de la filière viticole, naturellement la plus tournée vers les achats en région et, parallèlement, développement des secteurs qui utilisent des matières premières agricoles non spécifiques à la région (filiales produits divers et dérivés de céréales en particulier, mais aussi influence croissante du marché Saint Charles International).

De ces évolutions découle la forte croissance du coût du transport, dont le poids relatif dans le CA a triplé en 10 ans pour atteindre 6 %.



Évolution des achats entre 2002 et 2009

unités : millions d'euros 2009	2002		2009		2002-2009
	Achats	Poids en % du CA	Achats	Poids en % du CA	Évolution en %
Total achats	6 096	68	7 113	82	17
Dont matières premières agricoles	4 275	48	4 677	54	9
Dont transport	150	2	521	6	247

Sources : enquêtes EAA du LR 2003 et 2010.

Signes de qualité : forte identité du territoire

L'utilisation des signes de qualité est constante depuis 1997 : autour de 60 % des établissements y ont recours.

Marque d'un fort lien d'appartenance au territoire (et au terroir), les signes de qualité les plus répandus dans l'agroalimentaire régional sont l'AOP³ (ex AOC) et l'IGP⁴, utilisés par plus d'un établissement sur quatre.

Cette forte utilisation est en particulier due à la filière vins (49 % d'utilisation d'AOP et 63 % d'IGP), et dans une moindre mesure pour l'AOP, aux filières fruits et légumes (10 %), produits d'origine animale (10 %) et dérivés de céréales (9 %).

Par ailleurs, 11 % des établissements ont leur produit principal certifié en Agriculture Biologique. Il s'agit surtout des filières fruits et légumes (28 % des établissements) et produits divers (20 %).

Enfin, le label rouge est utilisé par 19 % des établissements de la filière produits d'origine animale et par 11 % de ceux de la filière dérivés de céréales.

Les coopératives, actrices incontournables de l'agroalimentaire régional

Sur les 898 établissements dénombrés dans la sphère agroalimentaire régionale, 319 (soit 36 %) sont des coopératives ou des établissements contrôlés par un groupe coopératif. Les coopératives sont avant tout présentes dans la filière vins (2 établissements sur 3 de cette filière sont des coopératives), la filière fruits et légumes (2 établissements sur 5) et plus modérément dans la filière produits d'origine animale (15 % des établissements). La filière dérivés de céréales ne compte que 5 % de groupes coopératifs, mais ceux-ci sont de taille très importante.

Avec plus de 5 700 salariés permanents, elles représentent près du tiers de l'emploi agroalimentaire régional, et plus de la moitié de l'emploi permanent dans les vins. Le CA des coopératives toutes filières confondues s'élève à 3,2 milliards d'euros, soit 36 % du CA global régional. Il est de 1,7 milliard d'euros dans la filière vins, soit 55 % du CA de la filière et de 0,6 milliard d'euros dans la filière fruits et légumes, soit 43 % du CA de cette filière. Concernant la filière dérivés de céréales, trois grands groupes coopératifs représentent à eux seuls 49 % de son CA.

Utilisation de signes de qualité pour le produit principal par filière en 2009 (%)

	AOP ³	IGP ⁴	Label rouge	AB ⁵	Aucun signe
Vins	49	63	0	4	7
Dérivés de céréales	9	0	11	8	77
Produits divers	6	0	0	20	73
Fruits et légumes	10	0	2	28	63
Produits d'origine animale	10	3	19	8	62
Ensemble	26	27	5	11	42

Source : enquête EAA du LR 2010.

3- Appellation d'Origine Protégée

4- Indication Géographique Protégée

5- Agriculture Biologique

De plus en plus d'établissements innovent malgré la crise

Près de deux établissements sur trois (63 %) déclarent avoir réalisé au moins une innovation (au sens large) au cours des 3 dernières années, soit 9 % de plus qu'en 2002.

La filière la plus innovante est la filière vins (75 % d'établissements innovants), suivie de la filière fruits et légumes (70 %) puis de la filière dérivés de céréales au sein de laquelle la proportion d'établissements innovants a fortement augmenté entre 2002 et 2009. Dans ce dernier cas, la disparition de nombreux petits établissements et la concentration accrue dans cette filière expliquent ce constat.

Concernant les différents types d'innovations réalisées, les proportions restent sensiblement les mêmes qu'en 2002 : 73 % des établissements innovants ont réalisé des innovations produits, 40 % des innovations de procédés, 51 % des innovations organisationnelles et 44 % des innovations d'emballages (les innovations emballages ont toutefois baissé de 7 % par rapport à 2002).

Dans la filière vins, la plupart des innovations portent sur les produits (69 %), bien qu'elles soient un peu moins nombreuses qu'en 2002.

La filière dérivés de céréales privilégie toujours les innovations produits (comme en 2002, 91 % des établissements innovants ont fait une innovation de ce type), mais s'est également tournée vers les innovations emballages (55 %), alors qu'elle en faisait très peu en 2002.

La filière produits animaux a moins innové qu'en 2002 (38 % en 2009 contre 54 % en 2002). Si elle reste centrée sur les innovations produits, ce sont les innovations d'emballages et de procédés qui ont diminué.

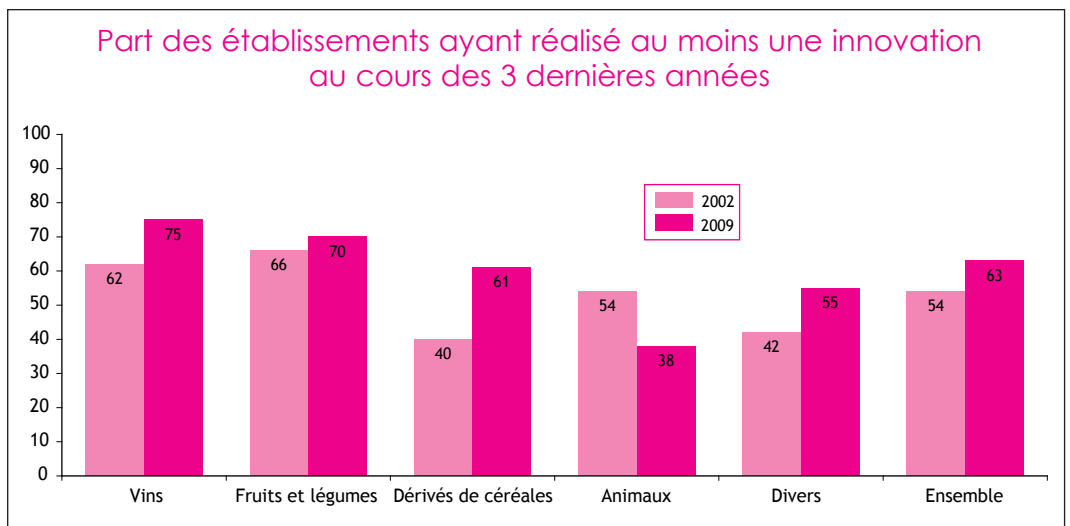
La filière fruits et légumes serait également plus portée vers les innovations produits (72 % des établissements alors qu'ils n'étaient que 38 % en 2002), ce qui laisse à penser qu'un certain nombre de dirigeants font peut être la confusion entre « nouveauté » et « innovation » : l'introduction d'une nouvelle variété dans la gamme, par exemple, est probablement considérée comme une innovation par ces chefs d'établissements.

La « mosaïque » des productions agroalimentaires du Languedoc-Roussillon ne cesse donc d'évoluer et de s'enrichir. Ceci particulièrement dans la filière produits divers, où des entreprises innovantes, développent une offre de « produits ou mets du terroir » diversifiée, mais aussi d'autres produits (additifs et colorants, épices, condiments, plats cuisinés originaux, alicaments,...) qui s'éloignent de plus en plus des spécificités régionales traditionnelles. Par ailleurs, 57 % des établissements innovants considèrent qu'au moins une de leurs innovations est technologiquement innovante pour leur entreprise et 32 % pour le secteur.

Tout comme en 2002, la principale difficulté des différentes phases de l'innovation reste de trouver l'idée pour 35 % des dirigeants. Pour 15 % d'entre eux, il s'agit de lancer la commercialisation du produit et pour 12 % de transformer l'idée en cahier des charges.

Qu'est ce que l'innovation ?

Les définitions les plus largement acceptées de l'innovation (au sens large) ont été fournies par le manuel d'Oslo publié en 1997 par l'OCDE en collaboration avec Eurostat. L'innovation y est définie comme « le processus qui mène de l'idée d'un nouveau produit ou procédé jusqu'à sa commercialisation réussie ».



Sources : enquêtes EAA du LR 2003 et 2010.



Programmes collaboratifs en hausse, mais encore peu nombreux

Le principal obstacle à l'innovation avancé par les dirigeants d'établissements innovants est l'absence de service recherche et développement - R&D (cité par 22 % d'entre eux), avant la difficulté d'introduire de nouvelles références (15 %). Ce constat ne semble pourtant pas les motiver pour la recherche de nouveaux partenaires de l'innovation... Un tiers des établissements déclarent en effet innover sans partenaire pour les accompagner dans cette démarche.

Les clients, premiers partenaires de l'innovation en 2002, ont été dépassés par les fournisseurs en 2009 (cités par 36 % des chefs d'établissements innovants), suivis des bureaux d'études et de conseils spécialisés (21 %). Les partenariats avec d'autres entreprises du même secteur d'activité sont stables depuis 2002.

Fait encourageant, les organismes professionnels et centres de recherche en région, qui étaient très peu sollicités en 2002 le sont un peu plus, mais dans des proportions encore faibles :

- organismes de recherche : 12 % (3 % en 2002)
- universités et établissements d'enseignement supérieur : 8 % (3 % en 2002)
- centres professionnels : 8 % (idem qu'en 2002).

Principaux obstacles à l'innovation⁶ en 2009

	2002	2009
Absence de service R&D	13	22
Difficultés d'introduire de nouvelles références	17	15
Perception d'un risque économique trop important	8	14
Coûts d'innovation trop élevés	25	12
Manque de source de financement appropriée	4	3
Rigidités organisationnelles / manque de personnel qualifié	14	10
Peur de l'échec par rapport à la notoriété de la marque existante	2	9
Manque d'information sur les technologies et / ou le marché	2	2
Autres	12	11
Aucun / NSP ⁷	3	2
Total	100	100

Sources : enquêtes EAA du LR 2003 et 2010.

6- Pour les établissements innovants

7- Ne se prononce pas

Quels sont les principaux partenaires externes de vos projets d'innovation en 2009 ?

	Région	Hors région
Fournisseurs équipementiers	36	26
Bureaux d'études, sociétés de conseil spécialisés	21	11
Clients ou consommateurs	20	17
Autres entreprises de votre secteur d'activité	13	11
Organismes publics de recherche	12	4
Universités, établissements d'enseignement supérieur	8	4
Centres professionnels	8	3
Pôles de compétitivité	4	4
Aucun	31	46
NSP	1	2

Source : enquête EAA du LR 2010.



8- Conseil Régional,
Conseil Général
9- Services déconcentrés
(Draaf, Direccte),

10- Source DGDDI

Soutien financier public reçu entre 2006 et 2009 par les établissements innovants

	Pourcentage d'établissements
Des collectivités territoriales ⁸	23
De l'Union européenne	16
Des organismes nationaux ⁹	6
Sous forme de crédits impôts recherche	3
Aucun soutien	70

Source : enquête EAA du LR 2010.

Cependant, les soutiens financiers publics sont encore relativement peu sollicités : parmi les établissements innovants, 23 % déclarent avoir reçu un soutien de la part des collectivités territoriales, 16 % de la part de l'Union européenne et 6 % de la part d'organismes nationaux.

Enfin, 70 % des établissements innovants enquêtés ont déclaré avoir innové «sans aucun soutien». De façon surprenante, seuls 3 % déclarent avoir utilisé les crédits impôts recherche : là encore, l'innovation est peut-être confondue avec la nouveauté par certains chefs d'établissements.

Important effort sur l'export

Plus de la moitié (53 %) des établissements régionaux exportent. Les filières vins et fruits et légumes, avec plus de deux tiers d'établissements exportateurs sont en première position. Le CA à l'exportation, qui avait chuté de 11 % entre 1997 et 2002, a progressé à un rythme impressionnant entre 2002 et 2009 (+36 % en euros 2009) pour s'établir à 1,5 milliard d'euros.

Les exportations représentent 18 % du CA régional (contre 13 % en 2002) et un quart du CA des établissements exportateurs.

La filière vins reste la première exportatrice. Elle totalise 38 % des exportations régionales, avec 600 millions d'euros, chiffre stable par rapport à 2002, mais qui augmente de 15 % à

20 % en proportion de son CA. Deux raisons expliquent cette résistance :

- tout d'abord, les entreprises régionales reprennent enfin en main une partie des exportations des vins produits en région, encore réalisées par des établissements situés hors de la région. Malgré cet effort important, l'export de vins régionaux réalisé par les entreprises régionales ne représente que les 2/3 des 900 millions d'euros de vins du Languedoc-Roussillon exportés ;
- ensuite, une meilleure résistance à la crise des vins avec ou sans indication géographique (IG), alors que les exportations d'AOP du Languedoc-Roussillon, par des entreprises régionales ou non, ont baissé de plus de 50 % en valeur (et de 37 % en volume)¹⁰ pendant la période.

Les dérivés de céréales, qui restent la seconde filière exportatrice régionale, accroissent leurs exportations de 80 %, notamment grâce au fort développement à l'export d'établissements spécialisés en alimentation animale.

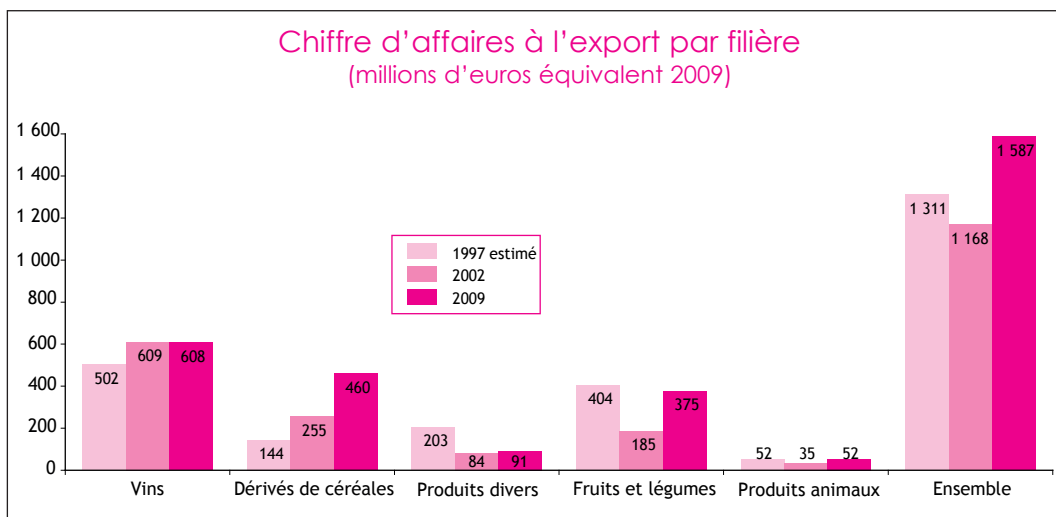
La filière fruits et légumes se place en troisième position, avec la plus forte croissance des exportations : + 103 %, soit un CA export de 375 millions d'euros, dont 62 % est réalisé par les opérateurs du marché Saint Charles International. L'influence de ce «hub» sur le développement de l'export de fruits et légumes est donc prééminente. Enfin, le CA à l'export de la filière produits animaux a augmenté de 66 %, mais il était peu significatif en 2002 et reste faible à 52 millions d'euros.

Taux d'exportation par filière

	Taux d'exportation (en %) ¹¹		
	1997	2002	2009
Vins	16	15	20
Dérivés de céréales	14	22	27
Produits divers	13	7	6
Fruits et légumes	31	14	28
Produits animaux	5	3	5
Total	16	13	18

Sources : enquêtes EAA du LR 1998, 2003, 2010.

11- Rapport entre le CA à l'export et le CA total



Sources : enquêtes EAA du LR 1998, 2003, 2010.

Les établissements régionaux se lancent à la conquête de nouveaux marchés

Alors qu'en 2002, un tiers des ventes (en valeur) était réalisé en région, cette proportion n'est plus que d'un quart.

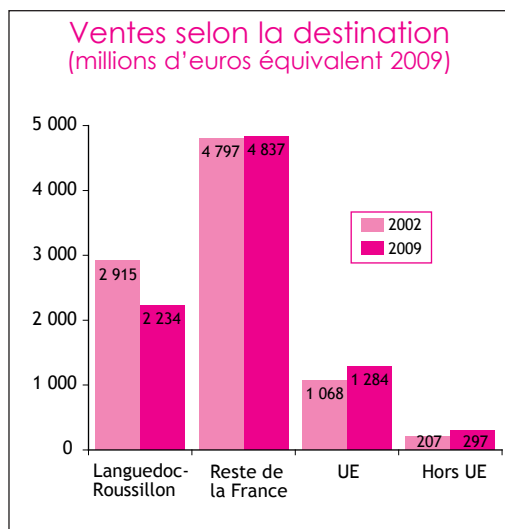
Le CA réalisé en région a régressé de 23 %, alors qu'il a progressé de 1 % dans le reste de la France. Pourtant, les produits locaux et les circuits courts semblent susciter un intérêt croissant des consommateurs...

Les expéditions dans l'Union européenne (UE) ont progressé de 20 %. Cette destination concerne principalement les filières fruits et légumes et dérivés de céréales, qui y réalisent un quart de leur CA total.

C'est toutefois vers des destinations plus lointaines que les ventes se sont le plus développées. L'export en dehors de l'Union européenne a en effet progressé de 44 %. Les principaux marchés sont l'Asie (Japon et Chine) et l'Amérique du Nord. La filière vins est la plus tournée vers ces nouveaux marchés (7 % de son CA global est réalisé à l'exportation hors UE).

Enfin, les établissements qui n'exportent pas (ou

moins de 5 % de leur CA) avancent comme principale explication l'absence de nécessité d'exporter (27 %), suivie du manque de compétences commerciales à l'export (18 %). Dans ce contexte, les intentions d'embauche dans des fonctions commerciales à l'export pour l'année 2010 ne concernent que 3 % des établissements.



Sources : enquêtes EAA du LR 2003 et 2010.

Forces et menaces

Pour les chefs d'établissements, «la qualité supérieure» de leurs produits est la principale force de leur entreprise : cette réponse, donnée par 41 % des dirigeants interrogés arrive loin devant «des prix compétitifs» (16 %).

Plus le marché est local, plus la concurrence est ressentie comme forte par les entrepreneurs : 62 % des enquêtés la considèrent comme forte ou très forte sur le marché local, ils ne sont plus que 57 % à la considérer comme telle sur le marché national et 41 % à l'exportation. L'effet terroir et la spécificité de certains produits régionaux, pour des établissements ayant un marché essentiellement local, ne sont pas étrangers à ce phénomène.

Enfin, les risques principaux ressentis par les dirigeants semblent être liés à la volatilité de plus en plus grande des prix de marché (risque fort ou très fort : 55 %), à la variabilité des volumes de vente (65 % de risque fort ou très fort).

Les circuits de distribution alternatifs se développent sur le marché domestique

En 2002, le circuit de distribution le plus important en CA était «les autres entreprises agroalimentaire (EAA)», circuit qui a largement régressé en 2009 (il passe de 27 % à 19 % du CA France, avec 1,3 milliard d'euros), ainsi d'ailleurs que «les cessions internes» qui passent de 13 % à 11 % du CA (0,8 milliard d'euros). Les établissements régionaux sont donc de moins en moins des sous-traitants pour leurs sociétés mères ou d'autres entreprises clientes.

La grande distribution, bien qu'en légère perte de poids relatif est désormais le premier débouché commercial des industries agroalimentaires régionales : 1,8 milliard d'euros, soit 25 % du CA réalisé en France, dont 19 % pour les centrales d'achats d'hypers et supermarchés et 6 % pour le hard-discount, en constante augmentation depuis 1997.

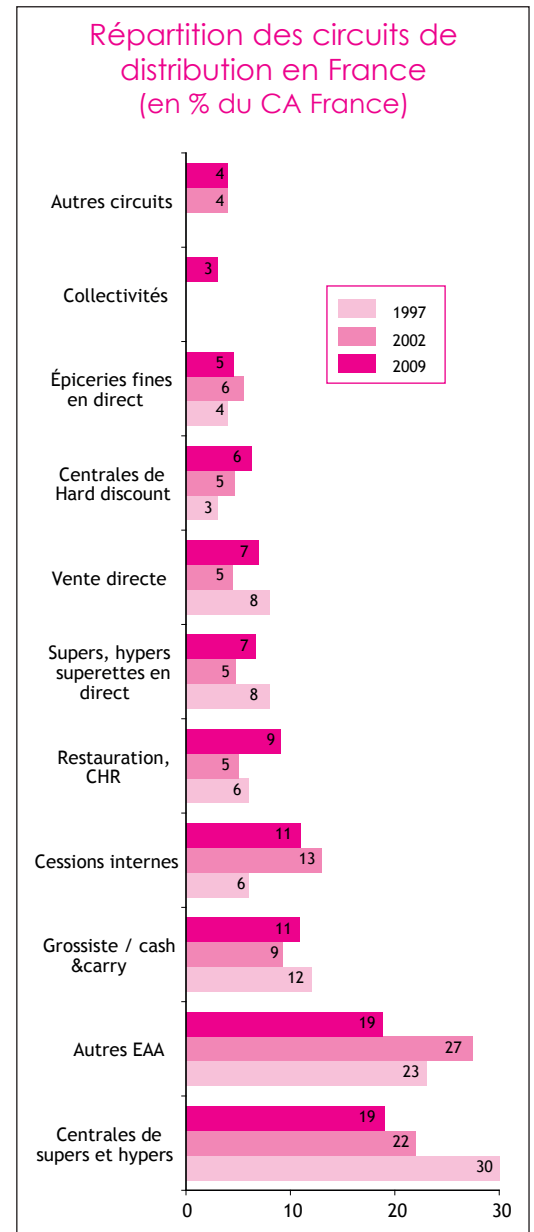
Les grossistes sont également un débouché en hausse (de 9 à 11 % avec 765 millions d'euros).

Deux circuits de distribution affichent une hausse notable : la restauration collective et les cafés-hôtels-restaurants (CHR) (de 5 à 9 % pour ces 2 circuits confondus avec 633 millions d'euros) ainsi que la vente directe aux particuliers (de 5 à 7 % avec 488 millions d'euros). Un effort a été fait pour reconquérir ces circuits de proximité.

La moitié de cette vente directe s'effectue par points de vente propres (50 % du CA réalisé en vente directe), puis par points de vente collectifs (11 % des établissements utilisent ces types de circuits courts).

Enfin, la vente sur Internet et la vente par correspondance se développent en nombre d'utilisateurs (20 % des établissements utilisent ces deux circuits), mais restent marginaux en terme de CA (chacun représentant environ 2 % du CA en vente directe).

Par ailleurs, les accords d'approvisionnement avec les collectivités absorbent 3 % du CA France de la sphère agroalimentaire régionale (soit 190 millions d'euros).



Sources : enquêtes EAA du LR 1998, 2003, 2010.

Vers moins de dépendance aval ?

L'accroissement de la dépendance 'aval', liée à la faible maîtrise de ses débouchés par l'agroalimentaire régional, suggérée lors de l'enquête 2002, semble devoir être nuancée, comme l'attestent :

- le poids des ventes aux autres entreprises agroalimentaires qui diminue ;
- la légère régression des cessions internes ;
- la hausse des circuits « alternatifs » ou de proximité comme la vente directe / la restauration / les collectivités locales (ces 3 circuits additionnés représentent aujourd'hui 19 % du CA France alors qu'ils ne représentaient qu'environ 10 % de ce CA en 2002).



Les marques de distributeurs se développent, mais en association avec d'autres politiques de marque

Depuis 1997, le nombre d'établissements utilisant des marques de distributeurs (MDD) est passé de 8 à 17 % : les MDD s'engagent de plus en plus dans les produits de terroirs.

Cette stratégie reste le plus souvent associée à d'autres politiques de marques : seuls 5 % des établissements utilisent uniquement des MDD pour commercialiser leur produit principal, ce qui traduit pour les autres une certaine volonté de rester, au moins partiellement, indépendants de la distribution organisée.

L'utilisation des MDD demeure toutefois une opportunité intéressante pour développer les ventes de ses produits : en effet, 55 % des établissements qui utilisent des MDD estiment avoir augmenté leur part de marché ces trois dernières années (part qui représente 17 % du CA des établissements concernés) et 31 % déclarent que cette part est restée stable.

La croissance des marques

Deux tiers des établissements utilisent une marque (propre ou collective) pour la commercialisation de leur produit principal. Cette proportion est plus importante qu'en 2002 où ils étaient 55 %, ce qui montre une prise de conscience de l'importance stratégique des marques pour tenter de créer plus de valeur.

C'est toujours dans les filières dérivés de céréales et produits d'origine animale qu'on trouve logiquement la plus grande proportion d'établissements commercialisant sans marque (il s'agit souvent d'artisans boulangers dont le poids a fortement diminué dans l'enquête, et de charcutiers traiteurs).

La filière fruits et légumes est quant à elle encore la plus grande utilisatrice de marques, mais celles-ci sont plus souvent apparentes sur le conditionnement (barquettes) ou sur-conditionnement (plateaux) que sur les produits eux-mêmes. Il est probable que le consommateur n'en connaisse que peu.

La principale stratégie de marquage demeure l'utilisation d'une marque propre, témoignant d'un réel effort marketing de la part des établissements régionaux. Ce sont 58 % des établissements qui ont opté pour cette stratégie, parmi lesquels :

- 38 % commercialisent uniquement sous marque propre,
- les 20 % restant jouent sur plusieurs stratégies en cumulant marque propre avec des marques de distributeurs (MDD) (12 %), ou avec des marques d'un autre producteur (4 %), voire les 3 à la fois (4 %).

Le nombre d'établissements qui commercialisent principalement sous la marque d'un autre producteur a également augmenté (de 5 à 9 %), mais, de la même manière que pour les marques de distributeurs, cette démarche est associée aussi, dans plus de la moitié des cas, à une commercialisation sous marque propre.

Si plus d'un tiers des établissements ont adhéré à la marque Sud de France (voir encadré), 6 % seulement utilisent d'autres marques collectives. Elles concernent principalement la filière fruits et légumes (14 %) avec par exemple les marques Rougeline et Pink Lady.

Politique de marque pour la commercialisation du produit principal (en % du CA)

	1997	2002	2009 ¹²	2009 ¹³
Pas de marque	29	45	30	30
Marque de distributeur	8	8	17	22
Marque d'un autre producteur	3	5	9	13
Marque propre	55	42	42	58
NSP	5	0	2	2
Ensemble	100	100	100	>100

Sources : enquêtes EAA du LR 1998, 2003, 2010.

12- Cette colonne présente la principale politique de marque utilisée en 2009 et ne tient pas compte de l'éventuel cumul d'utilisation des marques, pour comparabilité avec les enquêtes précédentes

13- Cette colonne présente le cumul d'utilisation des marques pour le produit principal en 2009

Allégations nutritionnelles et de santé

Les allégations nutritionnelles et de santé concernent 15 % des produits régionaux (hors vins et alcools qui ne peuvent prétendre à cette démarche). La notion d'allégation nutritionnelle ou de santé reste toutefois encore étrangère à un chef d'établissement sur 4, et est très probablement perçue de manière erronée par un certain nombre d'autres (certains dirigeants de la filière vins, par exemple, déclarent que leurs produits portent ces allégations)...

Même si la démarche marketing de certaines entreprises s'appuie sur le recours aux marques ou aux signes de qualité, elle ne s'accompagne pas en corollaire d'un effort d'approche directe du consommateur et de sa meilleure connaissance : en effet, sur la totalité des établissements enquêtés, seuls 15 % réalisent des enquêtes de satisfaction auprès des consommateurs

Le développement durable, une notion encore floue pour un tiers des dirigeants...

Lorsque l'on demande aux chefs d'établissements de donner une définition en quelques mots du développement durable, plus du tiers d'entre eux n'en a pas une idée précise. Les deux tiers peuvent en donner une définition «approximative», qui, même si elle ne contient pas l'un des 3 mots clés attendus (environnement, social ou économique), fait état de préoccupations écologiques ou de réduction des déchets. Enfin, 4 % affichent ouvertement une opinion dissidente ou ironique face à cet enjeu émergent.

... mais qui est mise en pratique par les autres

Parmi les dirigeants d'établissements «sachant définir correctement le développement durable», plus de la moitié déclarent avoir mis en place une démarche spécifique de développement durable¹⁴ au sein de leur unité. Sur l'ensemble des établissements, cela représente le quart, ce qui est plutôt satisfaisant compte tenu de leur faible taille.

Les établissements de plus de 20 salariés sont les plus nombreux à s'être engagés dans cette démarche (72 %) et c'est dans la filière fruits et légumes que cette démarche est la plus fréquente (72 %). La création d'un poste spécifique «responsable du développement durable» reste en revanche marginale et ne concerne que 11 % de ces établissements. Dans 75 % des cas, c'est soit le chef d'entreprise, soit le responsable qualité, qui en assument la responsabilité.

14- ie, citant l'un des 3 mots clés : social, environnement ou économique, soit 42 % des dirigeants interrogés

Succès de Sud de France

En 2009, la marque collective Sud de France est utilisée par 36 % des établissements.

La filière vins est la plus associée à Sud de France (la moitié des établissements de la filière), suivie de la filière fruits et légumes (pour le tiers de ses établissements) et enfin de la filière produits animaux (plus d'un établissement sur 5).

Sud de France est aussi utilisée par 14 % des établissements n'ayant aucune politique de marque par ailleurs, se substituant ainsi à une stratégie marketing individuelle.

Pour les autres, Sud de France est complémentaire à la stratégie de marque de 45 % des établissements, ainsi d'ailleurs qu'à l'affichage d'un signe de qualité (AOP en particulier pour les vins).

Enfin, la marque Sud de France est utilisée par la moitié des établissements réalisant un CA export compris entre 5 et 25 % de leur chiffre d'affaires, alors que cette utilisation diminue lorsque la part de l'export est plus importante : les établissements qui exportent modérément utilisent donc la marque Sud de France comme appui pour développer la notoriété de leurs produits sur le marché international.

Pouvez-vous définir le développement durable en 4 ou 5 mots ?

	%
A cité au moins l'un des 3 mots clés	42
N'a cité aucun des 3 mots clés	58
Total	100

Source : enquête EAA du LR 2010.



Un projet collaboratif

L'enquête auprès des établissements agroalimentaires du Languedoc-Roussillon 2010 est une action collaborative, portée par Languedoc-Roussillon Industries Agro-alimentaires (LRIA), qui associe la Fédération Régionale de Coopération Agricole (FRCA), la recherche (Montpellier SupAgro) et les pouvoirs publics (Europe, Région Languedoc-Roussillon et Direction Régionale de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Forêt – Draaf), et qui a été labellisée par le pôle de compétitivité Qualiméditerranée.

Cette nouvelle enquête s'inscrit dans le prolongement de la réflexion engagée lors l'étude de 1997, renouvelée en 2002, avec comme premier objectif la mise à jour des connaissances sur les évolutions des entreprises agroalimentaires régionales, afin de définir les thèmes d'actions prioritaires collectives et individuelles visant à renforcer leurs stratégies de développement et leur création de valeurs.

Le projet, encadré par un comité de pilotage* composé des partenaires cités plus haut a également été suivi par un comité d'orientation regroupant les acteurs régionaux intéressés pour participer à la réflexion sur l'évolution du questionnaire : l'Insee, le pôle de compétitivité Qualiméditerranée, l'Observatoire Régional de l'Emploi et de la Formation, l'Association Transferts LR, la Chambre Régionale des Métiers et de l'Artisanat, OSEO Languedoc-Roussillon, Vinseo (Association des fournisseurs de la filière vitivinicole LR), la Direction Régionale des Entreprises, de la Concurrence, de la Consommation, du Travail et de l'Emploi (DIRECCTE).

Enfin, un comité scientifique composé d'une vingtaine de chercheurs de différentes disciplines a été mis en place. Chargé des travaux de restitution et de recherche sur différents thèmes, il implique principalement les organismes suivants : Montpellier SupAgro et Inra (UMR MOISA), Université Montpellier 1 et Université Montpellier 2.

* Comité de pilotage de l'étude :

Marjorie Domergue et Jean Pierre Couderc, Montpellier SupAgro
 Brigitte Bouillut, association Languedoc Roussillon Industries Agroalimentaires - LRIA
 Louis Antoine Saisset, Fédération Régionale de Coopération Agricole - FRCA
 Fanny Conesa, Conseil régional LR
 Simon Miquel et Bertrand Oddo, Draaf- LR

La démarche développement durable est le plus souvent motivée par un intérêt commercial et marketing : pour 27 % des chefs d'établissements, c'est la demande des clients qui motive l'adhésion au développement durable et pour 19 %, c'est une raison d'image. Néanmoins, 21 % des dirigeants affirment que c'est leur engagement personnel qui a été le moteur de cette démarche.

Parmi les établissements qui ne poursuivent pas de démarche spécifique de développement durable, la majorité justifie cette inaction par un manque de moyens, et un sur cinq déclare clairement ne pas en avoir perçu l'utilité.

Enfin, un établissement sur cinq a déjà réalisé un diagnostic énergétique. Le bilan carbone reste une démarche un peu plus marginale : elle concerne un établissement sur dix.

Y a-t-il une démarche développement durable dans votre entreprise ?

	Part des établissements concernés (en %)
Fruits et légumes	72
Produits divers	59
Vins	58
Dérivés des céréales	37
Produits d'origine animale	32
Ensemble	56

Source : enquête EAA du LR 2010.



Méthodologie

L'enquête sur les facteurs de développement des établissements agroalimentaires du Languedoc Roussillon 2009 a été reconnue d'intérêt général et de qualité statistique par le Comité du label du Conseil National de l'Information Statistique (CNIS). Elle s'inscrit dans le prolongement de 2 enquêtes réalisées en 1998 et en 2003 par les mêmes partenaires. Les résultats de chacune des 3 enquêtes portent sur les chiffres des années précédentes.

Comme pour les deux enquêtes précédentes, elle s'intéresse à tous les établissements de 3 salariés et plus, implantés en Languedoc-Roussillon, qui transforment la production agricole : depuis l'entrepreneuriat agricole en amont jusqu'au conditionnement et à l'allotissement en aval, sélectionnés selon une liste de codes d'activité (codes APE), issus de la nomenclature d'activité française (NAF).

Cette enquête recouvre donc un champ plus large que celui de l'enquête annuelle d'entreprises, qui s'intéresse uniquement aux établissements de 20 salariés et plus et aux industries agroalimentaires (IAA) au sens strict de l'Insee, ne prenant pas en compte les activités aval.

La base de sondage est extraite du répertoire national d'identification des établissements français (Sirene) de l'Insee au 1er janvier 2010. Elle est constituée de 1 289 établissements. Le comité de pilotage a cependant retiré de ce champ les établissements n'ayant pas une caractéristique suffisamment marquée de création de valeur ajoutée sur les produits appartenant aux filières agroalimentaires. Des questions filtres ont ainsi été posées afin d'éliminer de l'enquête :

- les établissements purement commerciaux (dépensant moins de 2 % de leur CA en emballage, et dont chaque salarié permanent rapporte un CA moyen supérieur à 100 000 euros) ;
- les artisans boulangers et charcutiers ayant moins de 6 salariés permanents, un chiffre d'affaires inférieur à 400 000 euros ou vendant 70 % ou plus de leur production dans un seul point de vente.

Plan de sondage

L'enquête est réalisée par sondage, avec un objectif de départ d'enquêter un échantillon fixé à 500 établissements. La stratification est faite selon les tranches d'effectifs des établissements.

Ont été enquêtés de façon exhaustive :

- tous les établissements déjà enquêtés en 1988 et / ou en 2003 et existants en 2010,
- tous les établissements de 20 salariés et plus,
- tous les établissements de Lozère.

Dans les autres départements et les strates non exhaustives, le reste de l'échantillon a été tiré au sort. L'échantillon théorique total est constitué de 519 établissements, avec un taux de sondage exhaustif pour les établissements de plus de 20 salariés, de $\frac{1}{2}$ pour les établissements de 10 à 19 salariés, de $\frac{1}{4}$ pour les établissements de 6 à 9 salariés et de $\frac{1}{7}$ pour les établissements de 3 à 5 salariés.



Bilan de la collecte

La collecte, réalisée sous forme d'entretiens en face-à-face avec le chef d'établissement, a mobilisé en moyenne 8 enquêteurs d'un institut de sondage privé de juin 2010 à janvier 2011. Les informations recueillies portent sur l'année 2009. Le questionnaire est proche de celui de 2003, avec quelques allègements et des questions nouvelles concernant le développement durable.

Au cours de l'enquête, 216 établissements se sont révélés «hors champ», car exerçant une activité de négoce pur sans transformation (68 établissements), ou étant passés sous le seuil des 3 salariés (45 établissements). Pour les artisans boulangers et charcutiers, 35 établissements ont été classés hors champ car en dessous du seuil de 6 salariés, et 104 n'atteignent pas le CA de 400 000 euros ou ne commercialisant pas au moins 30 % de leur production dans plusieurs points de vente.

Malheureusement, 290 établissements ont refusé de répondre et ont dû être remplacés. Ce taux de refus est bien supérieur à celui rencontré en 2003, ce qui s'explique en grande partie par le statut des enquêteurs (en 2003, la collecte avait été réalisée par le réseau des enquêteurs du service statistique de la Draaf, alors qu'en 2010, elle a été réalisée par un institut de sondage privé).

Les refus ont été particulièrement importants dans la branche d'activité boulangeries / pâtisseries (pour des raisons de manque de disponibilité et de contraintes horaires des dirigeants de ce type d'établissement), ce qui appelle à une certaine prudence concernant les résultats de cette branche d'activité (en particulier concernant le nombre d'établissements de cette population). Enfin, 39 établissements de l'échantillon ont cessé leur activité.

L'échantillon final enquêté compte donc 329 questionnaires exploitables. Il est représentatif d'une population de 898 établissements (après redressement).

Quelques précisions...

Tout comme pour les deux enquêtes précédentes, l'établissement de la Générale de Grandes Sources (Source Perrier) à Vergèze dans le Gard, exceptionnel par sa taille (plus de 1 000 salariés) ne figure pas dans les résultats de l'enquête. Cette absence influe fortement sur les données quantitatives du département du Gard, et de la filière produits divers.

Le chiffre d'affaires (CA) régional est calculé en faisant la somme des CA des établissements, pour pouvoir établir des comparaisons avec les chiffres des enquêtes 1997 et 2002. Ce mode de calcul intègre des doubles comptes : les produits d'un établissement régional peuvent être destinés à la consommation intermédiaire d'un autre établissement de la région.

Le CA à l'exportation est calculé à partir des valeurs comptables tout comme en 2002, alors qu'en 1997, il était calculé selon un pourcentage déclaratif.

Les commentaires sur les marques portent uniquement sur le produit principal.

Les consommations intermédiaires se composent des matières premières agricoles, du transport, des emballages et des services achetés. Les chefs d'établissements ont estimé le montant des ces achats. On approche la notion de clients par une répartition de l'utilisation des divers circuits de distribution en France. Les circuits utilisés à l'export ne sont pas intégrés à l'analyse.

L'ensemble des résultats présentés dans ce document sont disponibles sous forme détaillée sur les sites Internet des partenaires :

LRIA (www.agroalimentaire-lr.com),

FRCA (www.cooperation-agroalimentaire.com),

Draaf Languedoc-Roussillon (draaf.languedoc-roussillon.agriculture.gouv.fr),

Région Languedoc-Roussillon (www.info-entrepriseslr.fr)

Montpellier SupAgro (www.supagro.fr/web)

Novembre 2011

Agreste : la statistique agricole

*Direction régionale de l'alimentation, de l'agriculture et de la forêt
Service régional de l'information statistique et économique*

Directeur de la publication : Pascal Augier, directeur régional de l'alimentation de l'agriculture et de la forêt

Rédacteur en chef : Camille de Caix, chef du service régional de l'information statistique et économique

Rédacteurs : Marjorie Domergue, Montpellier SupAgro UMR Moisa,
Jean-Pierre Couderc, Montpellier SupAgro UMR Moisa

Composition : Barbara Deltour, service régional de l'information statistique et économique

Dépôt légal : à parution

ISBN : 978-2-11-097692-5

Impression : Offset deux mille

Photographie : Crédit Photos www.sxc.hu

© Agreste 2011

draaf.languedoc-roussillon.agriculture.gouv.fr

