

Les jus de fruits réfrigérés. De nouveaux débouchés pour la production fruitière mondiale

D. LOEILLET

CIRAD-FLHOR, 26, rue Poncelet, 75017 Paris.

A l'intérieur du marché des boissons non alcoolisées, le secteur des jus de fruits frais est en pleine expansion : pour l'instant, l'Europe est encore loin derrière les Etats-Unis. Les nombreuses appellations recouvrent en réalité deux familles de produits : les jus fraîchement pressés et les jus flash-pasteurisés.

le marché des boissons non alcoolisées

Le marché européen des boissons non alcoolisées (en anglais « soft drink ») est le second marché mondial derrière les Etats-Unis. Le Japon, pourtant l'un des leaders mondiaux sur le plan économique, est un consommateur encore modeste de ce type de boissons puisque la consommation moyenne par habitant au Japon n'y est que la moitié de celle d'un européen.

Dans le groupe des boissons, le secteur des non alcoolisées est celui qui affiche la plus forte progression des ventes. Depuis 10 ans, la croissance annuelle de ce marché est de près de 5 % par an aux Etats-Unis et en Europe ; à titre de comparaison, la consommation de thé et de café décline aux Etats-Unis et celle de bière se stabilise en Europe (figure 1).

L'Europe de l'Ouest consomme près de 7 l de jus de fruits (2/3) et de nectars (1/3) (figure 2). Les importations représentent 90 % de la consommation européenne. L'Allemagne est le leader européen, tous types de jus confondus, avec une consommation supérieure à 37 l / habitant / an (ancienne Allemagne de l'Est incluse). A l'inverse, le Portugal consomme à peine 3 l / habitant / an. La moyenne européenne se situe à environ 18 l (figure 3). En France, où la consommation de jus de fruits est peu élevée (9 l / habitant / an), le chiffre d'affaires de ce secteur est néanmoins de plus de 5 milliards de francs et les taux de croissance annuels sont prometteurs puisqu'ils dépassent les 25 % en volume.

Depuis le milieu des années 1970, le marché européen des jus de fruits et nectars a littéralement explosé. Entre 1987 et 1990, les ventes ont augmenté de plus de 60 % en valeur.

les jus de fruits réfrigérés en plein essor

Avec une croissance annuelle des ventes en France de 125 % entre 1991 et 1992, et de 80 % entre 1992 et 1993,

le secteur des jus de fruits réfrigérés progresse rapidement (figure 4). Développé en France à partir de 1985, cet étroit segment a été relancé par l'arrivée des jus flash-pasteurisés en 1990.

Malgré de bonnes performances pendant ces dernières années, ce marché ne représenterait encore, selon les sources, que 3 à 6 % des ventes de jus de fruits et nectars. Le marché français reste très en retrait par rapport aux marchés britannique et américain où ce pourcentage culmine respectivement à 20 et 50 %, et où des taux de croissance annuels de 10 à 25 % sont observés.

de nombreuses appellations

L'amplitude des prix des jus de fruits proposés aux consommateurs, de 4 à 18 F/l, nécessiterait une campagne de sensibilisation auprès des consommateurs. En effet, sous le vocable « jus de fruits réfrigérés » ou « frais » largement utilisé sur les emballages et lors de promotions, sont regroupés 2 types de jus de fruits tout à fait différents : les jus frais ou fraîchement pressés et les jus flash-pasteurisés (figure 5).

Les jus fraîchement pressés ont une date limite de consommation (DLC) d'une dizaine de jours au maximum et doivent être impérativement conservés entre 0 et 4 °C ; ils sont obtenus après pressage des fruits près des lieux de consommation, sans addition de conservateurs, d'eau ou de sucre. C'est le jus de fruits frais par excellence ; certains industriels préfèrent même le terme « cru ».

En second lieu, les jus flash-pasteurisés, issus de fruits pressés le plus souvent sur les lieux de production, subissent un traitement à la chaleur appelé flash-pasteurisation, de quelques secondes à 70 °C, avant d'être réfrigérés. Le léger traitement thermique du jus permet d'allonger la DLC qui passe à 24 jours. Pour certaines marques, ce jus est préparé à partir de jus congelé et même concentré, levant ainsi les contraintes liées à

l'utilisation d'une seule variété et d'une même origine et réduisant du même coup les prix de revient.

Dans le cas des jus fraîchement pressés, la valeur gustative du produit reste entière et, dans le cas des jus flash-pasteurisés, elle est quelque peu altérée par le chauffage. Seul le jus fraîchement pressé peut être considéré comme un produit de quatrième gamme où les caractéristiques organoleptiques du fruit sont respectées : il s'apparente au jus de fruit de pression instantanée.

Dans l'échelle mesurant la qualité gustative d'un jus de fruit, on trouve ensuite les jus pasteurisés, puis les jus reconstitués à partir d'une base concentrée congelée.

le conditionnement

Le développement du marché des jus de fruits frais repose sur la mise au point d'emballages garantissant une totale protection du produit. Les professionnels de l'emballage proposent régulièrement des systèmes de fermeture originaux ou de nouveaux matériaux. Les innovations ne manquent pas : une double protection au niveau du bouchon par un système élaboré de suremballage, une paille rétractable parfaitement étanche, l'utilisation pour la première fois pour du jus flash-pasteurisé de bouteille en verre, ou encore la multiplication des formats offerts au consommateur.

santé et naturel

Comme le montrent toutes les enquêtes, le véritable engouement des consommateurs pour ces nouveaux types de jus est lié à la notion de qualité diététique et produit naturel.

Depuis 1992, la direction générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGC-CRF) mène des enquêtes pour détecter d'éventuelles fraudes de dilution ou de sucrage artificiel. A cet occasion, la revue *Que choisir ?* a fait paraître en novembre 1992 les résultats d'un test portant sur 40 jus d'oranges : 10 d'entre eux présentaient des teneurs en sucres suspectes.

des contraintes importantes

Etre en mesure d'offrir à sa clientèle un jus de fruits frais, constant en qualité gustative, et cela 12 mois sur 12, constitue une contrainte majeure aussi bien pour les producteurs de fruits que pour les industriels. Cela revient à travailler tout au long de l'année à partir d'un nombre réduit de variétés. Cette obligation de constance rend la gestion des approvisionnements extrêmement complexe.

Certains fabricants s'affranchissent de cette contrainte en congelant le jus sitôt pressé ; il peut alors être stocké pendant des mois. D'autres étudient avec les producteurs la mise au point de techniques qui permettent d'allonger la période de récolte, ou encore de conserver les fruits frais par le froid. Des producteurs d'oranges de la variété Valencia en Australie vont jusqu'à retarder de 4 mois leur période de récolte. Cependant cet allongement n'est pas sans effet sur la récolte suivante qui serait de 30 % inférieure à la normale. Les prix de revient s'en trouvent bien entendu largement affectés. La conservation des fruits par le froid avec l'aide d'un fongicide approprié permet d'allonger la durée de vie du fruit de 6 à 12 semaines après récolte.

Le prix de revient des jus de fruits réfrigérés est très supérieur à celui des jus longue conservation : de 50 à 100 % plus élevé selon qu'il s'agit d'un jus flash-pasteurisé ou d'un jus fraîchement pressé.

des opportunités à saisir

Pour 1994, les fabricants prévoient une progression des ventes en France de 20 à 40 %. Même si ces taux de croissance sont de 4 à 5 fois inférieurs à ceux enregistrés depuis 1991, ils restent cependant très élevés. Certains distributeurs parlent d'une pause qui permettrait de consolider le produit.

La multiplicité des appellations « frais », « fraîchement pressé », « pur jus », « multivitaminé » ou encore « pasteurisation légère », implique des différences de prix de vente et une diversité des emplacements de ces produits dans les points de vente (rayon quatrième gamme fruits et légumes, rayons ultra-frais laitier ou rayon boissons).

Malgré des contraintes parfois très lourdes, les producteurs, qui affichent des coûts de productions élevés ou qui proposent de faibles tonnages, ne peuvent plus par conséquent lutter sur les mêmes marchés que les grands producteurs internationaux. Ils doivent se tourner résolument vers ce type de marché très qualitatif.

Les débouchés ne concernent pas seulement le marché des jus de fruits réfrigérés, mais aussi celui des jus de fruits surgelés qui sont développés par certains industriels israéliens et français.

L'orange et le pomelo occupent plus de 80 % du marché, suivi par les cocktails de fruits, le raisin et la pomme (figure 6). Certains fabricants fondent de grands espoirs dans le jus réfrigéré d'ananas encore absent du marché.

De nombreuses pistes restent ouvertes aux producteurs et agroindustriels innovants qui sauront les premiers dépasser les handicaps qui pèsent sur ce secteur. ●



Illustrations, voir version anglaise p. 344-347