

COMMUNICATION

# La famille, cœur de cible de l'AOPn Fraises de France

Fruit préféré des enfants juste après la banane, la fraise est largement achetée par les familles (30 % des achats de fraises).

Le développement dès 2010 d'un packaging de 400 g à l'effigie de Charlotte aux Fraises pour le conditionnement de la variété Charlotte et les actions menées par l'AOPn Fraises de France depuis 2013 envers les enfants n'y sont pas étrangers. En 2017, l'AOPn maintient le cap et poursuit ses actions de communication envers les jeunes consommateurs. Au programme : la diffusion, dès le printemps, d'un spot TV de 8 secondes (non skippable, c'est-à-dire qu'on ne peut pas sauter), en ouverture des programmes proposés en replay sur la chaîne jeunesse Gulli. Réalisé par Interfel, ce spot met en scène les deux mascottes Frutti et Veggie, initialement créées dans le cadre d'un programme cofinancé par l'Union européenne et toujours très appréciées des enfants : elles y célèbrent l'arrivée des fraises de France et leur diversité. Le mercredi 22 mars, un événement



sera proposé aux journalistes désireux de venir accompagnés de leurs enfants afin de marquer le lancement de la saison des Fraises de France. Ils pourront participer à un atelier cuisine autour de la fraise et à un atelier jardinage afin de découvrir comment pousse un fraisier. Les parents et autres acheteurs de moins de 60 ans seront quant à eux sensibilisés à l'arrivée des fraises françaises sur les étals avec la diffusion d'un spot de promotion sur les ondes de RTL et RTL 2 pendant deux semaines en avril et en mai. L'AOPn Fraises de France reconduit par ailleurs en avril un partenariat qui avait très bien fonctionné en 2016 avec l'émission « C à vous » sur France 5, incluant la réalisation, une fois par semaine, d'une recette à base de fraises françaises, visant à valoriser une variété en mettant en avant ses spécificités et qualités gustatives.

CB

Ail



Publication d'une étude Ctifl

Le Ctifl a publié une étude technico-économique « analyse du marché et perception de la distribution de l'ail ». Cette étude a pour but de faire ressortir les forces et les faiblesses de la filière au niveau national, européen et international, et d'étudier en particulier les facteurs d'amélioration de la compétitivité de la filière française. Enfin, l'analyse tentera d'apprécier l'intérêt des professionnels pour une organisation « renouvelée », plus représentative de l'amont, à savoir de la production et de la mise en marché.

Disponible sur [www.ctifl.fr](http://www.ctifl.fr)

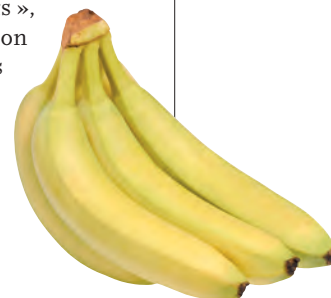
## NUTRITION Redécouvrir la banane !

Dans un communiqué de janvier 2017, l'association interprofessionnelle de la banane (AIB) fait savoir que l'ANSES a publié en décembre 2016 la nouvelle table Ciqual qui fait référence sur la composition nutritionnelle des aliments. Cette table précise que la banane est une source d'antioxydants, carotène, vitamine C et E et protège donc les cellules contre le vieillissement. Elle est riche en potassium et en magnésium, en fibres (1,9 %), en manganèse et en vitamine B6. Ainsi, la banane favorise une bonne santé osseuse, elle participe au bon fonctionnement

du système nerveux, elle contribue à diminuer la fatigue et au maintien d'une fonction musculaire normale, elle aide également à maintenir la pression artérielle. Contrairement aux idées reçues, la banane est peu calorique avec 72,3 Kcal pour 100 grammes, soit presque autant qu'un yaourt nature (71,8 Kcal). La banane est constituée à 80 % d'eau, soit l'équivalent d'un verre d'eau. En conclusion, la banane est un fruit privilégié pour lutter contre les déficits nutritionnels sans prendre de poids, elle constitue un bon complément alimentaire pour les séniors, elle est source d'énergie

pour les plus jeunes pour qui elle est aussi facile à transporter et à éplucher, elle est un bon auxiliaire de récupération pour les sportifs. L'AIB développe ces arguments dans deux publications, « le manifeste de la banane » et « la banane et les sportifs », édités à destination des professionnels de santé-nutrition.

Ces documents sont aussi accessibles en ligne sur : [www.banane.info](http://www.banane.info)





### TSA 875 P

**OPERCULEUSE Hautes cadences pour le conditionnement des Fruits et Légumes**  
Jusqu'à 150 barquettes par minute (Suivant le type de barquette)





ULMA Packaging : 69330, Meyzieu. +33 4 72 05 68 90 - [info@ulmapackaging.fr](mailto:info@ulmapackaging.fr) - [www.ulmapackaging.fr](http://www.ulmapackaging.fr)

France

# Dans les starting-blocks

Les journées froides de ce début d'année ont redonné de l'espoir aux opérateurs de l'asperge après une campagne 2016 en demi-teinte. Tous les indicateurs sont au vert pour cette campagne 2017 qui s'annonce comme le point de départ d'une production en hausse dans les années à venir. **CLAIRE BOUC**

**T**raditionnellement prisée des consommateurs à l'occasion des fêtes pascales, soit autour de la mi-avril (le 16 cette année), l'asperge française arrive généralement sur les étals mi-mars avec les productions en provenance du Sud-Est, suivies de celles du Sud-Ouest, puis du Val-de-Loire. Cette année, les premières asperges sont arrivées sur les étals dès la fin-février, soit deux mois avant le pic de consommation. « Notre objectif est d'arriver le plus tôt possible, afin de marquer les esprits des consommateurs. Plus on est présent tôt dans leurs assiettes avec un produit de qualité, plus il est facile de les fidéliser pour le reste de la campagne » explique Guillaume Ruet, directeur de l'activité Fruits & légumes de Fleuron d'Anjou. C'est donc une « guerre » à la précocité que se livrent actuellement les producteurs, en jouant notamment sur les variétés et sur les conduites de culture. La météo reste néanmoins un facteur clé. « Fin 2015-début 2016, les températures hivernales exceptionnellement douces ont conduit au déclenchement des récoltes avec trois semaines d'avance dans le Sud-Ouest et le Sud-Est » explique Céline Genty, animatrice de l'AOPn Asperges de France. La suite a été moins rose, avec d'importantes précipitations et des températures en baisse, freinant les volumes, notamment lors des fêtes pascales où la demande est la plus forte. En plus de la précocité, les

producteurs recherchent la stabilisation des rendements dans la durée, idéalement jusqu'à fin juin. Difficile de prédire comment se conduira la campagne cette année. « Pour le moment, elle se présente plutôt bien. Les températures froides ont fourni aux asperges le repos végétatif dont elles ont besoin et le redoux a permis la pousse des turions » explique Céline Genty. Mais qui sait si les conditions resteront clémentes jusqu'à la fin de la saison ? Les asperges, qui se consomment ultra-fraîches, sont en effet récoltées le matin, puis expédiées l'après-midi même pour une mise en rayon à J+1.

## Une production atomisée

L'asperge française est principalement produite dans le Sud-Ouest (Landes et Gironde), dans le Sud-Est (Var), dans le Centre-Val de Loire (bassin historique actuellement en



Si cette production permet d'alimenter les marchés locaux, elle est peu organisée, rendant très difficile la collecte de données. Difficile de connaître par exemple le taux de renouvellement des aspergeraies qui, au bout de 10 ans, s'essoufflent et donnent des asperges de petits calibres. Pour maintenir leur potentiel de production, les producteurs doivent donc replanter 10 % de leur surface tous les ans. Chez les producteurs adhérents de l'AOPn, qui représentent 4 000 tonnes d'asperges sur

« Notre objectif est d'arriver le plus tôt possible, afin de marquer les esprits des consommateurs. »

évolution avec une baisse de la production en Sologne et une augmentation en Maine-et-Loire) et enfin en Alsace (Bas-Rhin) qui est par ailleurs un gros bassin de consommation. « Mais en fait, on produit de l'asperge dans quasiment tous les départements français » explique Céline Genty.

les 18 000 à 20 000 tonnes produites en France, il se situe entre 16 et 18 %. « La stratégie est peut-être différente ailleurs, car nos adhérents figurent parmi les plus gros producteurs, les plus organisés et chez qui la part de la grande distribution est la plus importante » explique Céline Genty. Les 160 producteurs de



L'asperge pourpre, elle, reste une petite niche travaillée par les opérateurs faisant déjà de la verte.



© LUCKY DRAGON

et de Hollande à compter du mois de mai. Une cartographie actuellement en recomposition avec la baisse de la production espagnole.

### Un intérêt croissant pour l'asperge verte

Sur les 4 000 tonnes d'asperges produites par l'AOPn, 90 % sont blanches. Est-ce le cas pour le reste de la production française ? Difficile à dire, car là encore aucune donnée de production consolidée n'existe sur la répartition blanche/verte. Seules les données de consommation permettent d'obtenir des indications : 1 kg d'asperges vertes est acheté pour 12 kg d'asperges blanches, qui restent donc un poids lourd, même si les achats en verte semblent se développer. Ne nécessitant pas d'épluchage, cette dernière est en effet plus simple à préparer. Essentiellement originaire d'Espagne et de petit calibre, elle est souvent bien moins chère. Surtout consommée dans le Sud-Est, zone de production traditionnelle, elle semble de plus en plus intéresser les producteurs français. La concurrence, qui jusque-là venait de l'import, devrait donc se muer, dans les prochaines années, en une concurrence intranationale. À noter cependant que l'asperge verte, qui pousse à l'air libre, est particulièrement soumise aux aléas climatiques, induisant par là même d'important coûts de main d'œuvre, accentués par le fait que sa croissance rapide nécessite parfois plusieurs passages dans une même journée au moment de la récolte. Son coût de production est ainsi 25 % supérieur à celui de la blanche. Pour s'y retrouver, les producteurs ont donc tout intérêt à développer le segment de l'asperge verte de qualité, jusque-là occupé par l'Asperge Verte Chambord, produite par une vingtaine de producteurs

**Les producteurs adhérents de l'AOPn** représentent 4 000 tonnes d'asperges sur les 18 000 à 20 000 tonnes produites en France. Ils ont un taux de renouvellement de 16 à 18 % de leurs aspergeraies.

Priméale plante 70 hectares d'asperge blanche chaque année. L'opérateur espère récolter 3 300 tonnes d'asperges blanches cette année, 4 200 d'ici 2020. Darbonne/Planasa, qui cultive en Gironde 160 hectares d'asperges commercialisées par Fruidor Terroirs Aquitaine et dont les prévisions de récolte sont de 1 000 tonnes cette année sous la marque Darondine, replante 30 hectares tous les ans. Même tendance pour Fleuron d'Anjou, qui dispose de 120 hectares plantés dont 100 sont

en production et qui prévoit de planter 20 hectares supplémentaires en 2017 pour une prévision de récolte en hausse : 500 tonnes cette année (contre 370 en 2016) et 800 tonnes d'ici deux à trois ans. Des développements qui vont dans le bon sens, la production française étant insuffisante pour absorber les besoins du marché hexagonal. Les importations représentent environ un tiers du marché, dont une majorité provient, en début de campagne, d'Espagne, de Grèce et du Pérou, puis d'Allemagne

**Notre cœur balance**

*La grande asperge verte du Languedoc*

*L'authentique asperge de Camargue*

**COFRUID'OC MEDITERRANEE SA**  
 286 route de St Nazaire  
 34400 Saint Just (France)  
 cofruidoc@cofruidoc.fr  
[www.cofruidoc.fr](http://www.cofruidoc.fr)

## Développer les usages

### Toucher les consommateurs et mieux les connaître



© P.LPRUD

Tels sont les objectifs de l'AOPn Asperges de France. Après le lancement en 2016 de son site Internet, elle mise cette année sur les réseaux sociaux avec le lancement de sa page Facebook pour toucher les consommateurs. 25 % des foyers achètent de l'asperge une fois dans l'année. Ceux qui n'en achètent pas n'aiment pas ça, trouvent qu'elle coûte cher ou ne savent pas la cuisiner. Les Français consomment par ailleurs surtout l'asperge en vinaigrette alors que les Allemands ont développé des usages plus variés. Ils ne considèrent pas seulement l'asperge comme une crudité, mais aussi comme un légume d'accompagnement à part entière. « Avec de la pédagogie, les usages des Français peuvent évoluer. Sur notre page Facebook, ils pourront trouver des conseils de préparation, des idées recettes et des informations en lien avec la santé et les qualités nutritionnelles de l'asperge » explique Céline Genty, qui espère faire vivre cette page toute l'année. Autre chantier en cours en attente de validation par FranceAgrimer : la conduite, par le Ctifl, d'une

nouvelle étude de consommation ciblée sur les moins de 35 ans, très peu consommateurs d'asperge, en lien avec les nouvelles tendances de distribution et de consommation. « Nous souhaiterions savoir s'il y aurait des opportunités pour toucher cette cible en tablant sur les nouveaux circuits de distribution tels que le drive, les nouvelles offres telles que la fraîche découpe ou les nouveaux packagings tels que les sachets micro-ondables ».

réunis au sein de la coopérative régionale Axereal. Avec 200 tonnes produites sur une soixantaine d'hectares en production et vingt ans d'expérience, la coopérative fait figure de spécialiste. Depuis quelques années, elle cultive aussi une asperge verte bio sur cinq hectares (une dizaine de tonnes) commercialisée sous la marque Chambord bio. D'autres opérateurs se lancent dans l'asperge verte. Parmi eux, Priméale et Fleuron d'Anjou, qui vont en faire 40 tonnes cette année, et Cofruid'Oc Méditerranée, qui se positionne sur le segment de l'asperge verte premium avec sa marque Sauvageonne. Fruidor Terroirs Aquitaine a lancé cette année chez son producteur Darbonne un test sous une serre photovoltaïque de quatre hectares. « En Gironde, la production sous abri est indispensable pour lutter contre le sable qui, soulevé par le vent, vient se nicher dans les têtes des asperges et occasionne des blessures ou des maladies et reste difficile à éliminer au rinçage avant consommation » explique Stéphane Hoffmann, directeur commercial de Fruidor Terroirs.



© PATRICK GRUIN

L'asperge est majoritairement commercialisée sur les marchés de plein vent et via la vente directe.

Si cela fonctionne, l'opérateur dispose d'un potentiel de 15 hectares de serres. Quant à l'asperge pourpre, elle reste une petite niche travaillée par les opérateurs faisant déjà de la verte. Depuis

2015, Chambord en expérimente sur deux hectares. Variété spécifique qui colore à la lumière, elle présente la particularité de redevenir verte à la cuisson... À l'instar des quelques restaurateurs qui s'en sont déjà emparés, mieux vaut donc la valoriser crue, pour sa saveur douce et sucrée et ses propriétés anti-oxydantes.

### Miser sur la qualité

L'asperge française, qui a investi le créneau de l'asperge de qualité, entend bien le conserver. Fait plutôt rare dans l'univers des légumes, elle est majoritairement commercialisée sur les marchés de plein vent et via la vente directe (40 % des ventes), la grande distribution ne représentant que 38 % de ses ventes. Afin de répondre aux exigences de conservation, de fraîcheur et de praticité de la grande distribution et des consommateurs, la plupart des opérateurs conditionnent leurs asperges en sachet flowpack. Fleuron d'Anjou vient d'ailleurs d'installer une nouvelle calibreuse qui conditionne directement 30 % de sa production en flowpacks de 500 g et 1 kg. Priméale, qui écoule 60 % de ses asperges en grande distribution et qui commercialise notamment l'IGP « Asperge des sables des Landes », conditionne 1 000 tonnes en flowpacks de 500 et 750 g. « L'espace marketing offert par le flowpack est également intéressant pour délivrer des conseils de préparation, bien utiles aux consommateurs » explique Bertrand Guivarch, directeur des ventes France chez Priméale. Cette année, la mention « asperges récoltées à la main » devrait également y figurer. Axereal mise aussi sur des packagings de qualité, avec des colis bois 5 kg traditionnels remplis de frisure de bois afin de préserver les asperges, et des colis operculés laissant respirer le produit et limitant ses manipulations. « Nous avons aussi opté pour le flowpack car c'est un packaging qui, en plus d'assurer une meilleure tenue du produit, amplifie le côté moderne de l'asperge verte » explique Jean-François Robert, responsable commercial de l'activité légume d'Axereal. Pour son asperge blanche de Camargue produite en petites quantités (150 à 200 tonnes) et commercialisée sous la marque Célestine, Cofruid'Oc Méditerranée a pour sa part fait le choix du colis bois et de la toile de jute alimentaire qui protège l'asperge de la lumière et du dessèchement. ■