

PESTICIDES

# Hausse des ventes de néonicotinoïdes

Les ventes de néonicotinoïdes, ces insecticides « tueurs d'abeilles », ont augmenté de 4 % entre 2013 et 2015, malgré le moratoire partiel imposé par l'Union européenne sur plusieurs d'entre eux, a indiqué récemment l'Union nationale de l'apiculture française (Unaf).



© BR

En décembre 2013, l'Europe a restreint l'usage des trois principales substances (clothianidine, imidaclopride, thiaméthoxam) pour les cultures à fleurs, mais pas pour les céréales d'hiver. Deux autres substances néonicotinoïdes, le thiaclopride et l'acétamipride, n'étaient pas concernées par ce moratoire partiel, qui sera réétudié par l'UE. Les néonicotinoïdes sont des substances neurotoxiques qui, en s'attaquant au système nerveux des insectes, ont contribué au déclin des abeilles constaté notamment en Europe et en Amérique du Nord. « L'usage des néonicotinoïdes, toutes molécules confondues, a augmenté de 4 % entre 2013 et 2015 », les ventes étant passées de 380,1 tonnes à 395,2, indique l'Unaf, rendant publics dans un communiqué des chiffres obtenus auprès du ministère de l'Agriculture.

Les tonnages de clothianidine et de thiaméthoxam ont chuté de 72 %, tombant de 70,6 tonnes à 19,7 tonnes. Mais les usages interdits par l'UE pour ces deux substances « se sont reportés sur le thiaclopride, dont l'utilisation a été multipliée par 2,5 », souligne l'Unaf. Les ventes de thiaclopride, massivement utilisé sur les cultures de maïs, ont en effet bondi de 41 tonnes en 2013 à 105,9 en 2015 (+ 158 %). Les ventes d'imidaclopride sont restées stables à 261,2 tonnes en 2015, contre 261,8 en 2013, malgré le moratoire partiel. « Cela s'explique par le maintien de son autorisation sur les céréales à paille », explique l'Unaf, rappelant que cette substance « est l'insecticide qui contamine le plus les eaux de surfaces françaises ». La molécule peut être absorbée par des cultures non traitées jusqu'à deux ans après la première utilisation et peut se retrouver dans les pollens et les nectars à des niveaux toxiques pour les abeilles. Les ventes d'acétamipride ont elles aussi

augmenté, passant de 6,7 tonnes à 8,4 tonnes, soit une hausse de 25 %.

« Ces chiffres rappellent avec force qu'une interdiction européenne partielle ne suffit pas : l'environnement des abeilles françaises reste très contaminé par les néonicotinoïdes, avec des impacts considérables sur l'ensemble de la biomasse volante comme sur l'ensemble de l'environnement », écrit l'Unaf. « Pour restaurer un environnement sain pour les abeilles et les pollinisateurs, l'Europe doit étendre son interdiction des néonicotinoïdes à tous leurs usages », estime son président, Gilles Lanio, cité dans le communiqué.

En France, la loi sur la biodiversité de 2016 interdit les néonicotinoïdes à partir du 1er septembre 2018, pour toutes les cultures agricoles. Mais des dérogations seront possibles jusqu'au 1er juillet 2020, au cas par cas, lorsqu'il n'y aura aucune solution à court terme.

Source : AFP

## POMME DE TERRE Produire beau et bon

Née du rapprochement, il y a trois ans, entre Sola Terra et Pomly, Pomliberty a été officiellement lancée commercialement en septembre 2016 après s'être installée en janvier à Ham (80) dans une nouvelle unité de conditionnement de 4 000 m<sup>2</sup>. « 26 000 tonnes de pommes de terre sortent de l'usine aujourd'hui. Nous souhaitons atteindre rapidement les 35 000 tonnes afin d'optimiser le centre », explique Arnaud Lambert, président et directeur commercial de Pomliberty. Un objectif qu'il souhaite atteindre tout en respectant le concept « Tous patatophiles » développé avec ses deux associés, Etienne Dupuy et Thomas Ducamps. Il consiste à responsabiliser tous les acteurs de la chaîne, du producteur au consommateur, en passant par le conditionneur et l'acheteur, en faveur d'une production et



Thomas Ducamps, responsable de la production, Arnaud Lambert, président et directeur commercial, et Etienne Dupuy, directeur industriel, sont les trois associés de Pomliberty.

d'un commerce équitables. « On cherche à faire un bon produit et à bien le valoriser, ce qui permet de bien rémunérer le producteur. On ne souhaite pas travailler avec ceux qui cherchent à spéculer. » Pour les

producteurs, il s'agit, entre autres, de réduire au maximum le recours aux produits phytosanitaires, de pratiquer le non labour afin de respecter le sol, en somme de produire le plus proprement possible.

Côté variétés, Pomliberty a notamment misé sur Gwenne, de laquelle est née la marque variétale Gwennie, pour un tiers de sa production, et qui rencontre un vif succès auprès des grossistes et des restaurateurs. En dehors de la marque U, Pomliberty ne travaille que très peu avec la GMS depuis la perte de Dia (rachetée par Carrefour) qui absorbait 40 % de ses volumes. Pomliberty cherche néanmoins des voies de diversification afin de réduire la pression imposée par les grossistes qui ne veulent plus prendre de risques. « Avant, les grossistes stockaient les pommes de terre, ce qui les forçait à les vendre. Maintenant, ils ne stockent plus et n'achètent plus que ce qui leur est commandé. Résultat : le marché se tend et pour nous c'est la course à la vitesse de livraison. La pomme de terre de conservation est devenue un produit frais. » **CB**

Un marché en plein essor

# Silence, ça (jeune) pousse !

Le marché des jeunes pousses de salade, aujourd'hui mature, est devenu très concurrentiel. Rares sont les opérateurs qui acceptent de parler stratégies et chiffres. Tour d'horizon d'un produit bien gardé. **CLAIRE BOUC**

**R**oquette, épinard, red chard, cresson, pourpier, betterave rouge, blette, pissenlit, moutarde... consommées seules ou en mesclun (ce dernier ne désignant pas une variété mais un assortiment), les jeunes pousses sont désormais bien installées dans les supermarchés (10 % des volumes en rayon) et dans les assiettes des

« La tenue des jeunes pousses est une préoccupation majeure. »

consommateurs (19 % de foyers acheteurs de mélanges en 2014). La production nationale tournerait autour de 20 000 tonnes, mais difficile de se le faire confirmer. Une chose est sûre : progressivement, les jeunes pousses prennent le pas sur les salades fraîches, voire sur les salades en sachets. Selon Frank Roelofs, responsable développement

Progressivement, les jeunes pousses prennent le pas sur les salades fraîches.

jeunes pousses du semencier Rijk Zwaan, qui propose des semences de jeunes pousses en France depuis vingt ans, elles présentent de nombreux avantages. « *Premièrement, leur production est entièrement mécanisée, du semis à la récolte, ce qui évite aux producteurs coûts et problèmes de main d'œuvre. Ensuite, en usine, tout le process est également mécanisé. Enfin, pour les consommateurs, les jeunes pousses offrent la possibilité de mixer les goûts, les formes et les couleurs.* »

## De multiples enjeux

Pour lui, l'élargissement de la gamme est l'un des défis à relever par les semenciers. « *On travaille actuellement au développement d'une roquette-épinard qui ressemble à une feuille d'épinard mais avec un goût de roquette.* » Méchinaud, installé dans la région nantaise, propose déjà une large gamme composée de 22 espèces, dont certaines très

## Production

### À l'international

**A**vec plus de 25 000 hectares de jeunes pousses, dont 40 à 50 % en bio, les États-Unis sont les champions sur le marché international. L'Italie, avec la roquette, est le premier pays producteur européen, suivi de la France et de l'Espagne. On trouve ensuite de petites productions dans beaucoup de pays européens. Le potentiel de développement des jeunes pousses est encore important en Allemagne et en Angleterre.



© RIJK ZWAAN

Les jeunes pousses permettent de mixer goûts, formes, couleurs.

anciennes (cordifolle, ficoïde, corne de cerf, tétragone) ou particulières (mizouna, pack choï, poirée). « Ces dernières s'adressent plutôt à un marché de restaurateurs qui s'en servent pour décorer les assiettes », explique Adrien Rouillon, responsable

# Extra, les jeunes pousses !

Des jeunes pousses cultivées toute l'année dans le respect de bonnes pratiques agricoles, sur nos sites de production et nos fermes partenaires, c'est la garantie Picvert pour vous satisfaire !



barquette 125g par 4 ou 8



barquette Kristal 1 Kg



sachets 2 x 500 gr

la gamme Kristal® barquette 1 kg



© Passbook - septembre 2017 - RCS Lorient 530 339 843



picvert.com

sourcing et développement durable chez Méchinaud. Reste qu'il est important de produire une large gamme afin de proposer des mélanges intéressants aux clients. Le groupe Marais propose aux siens de personnaliser leurs compositions de jeunes pousses (épinard, red chard, mesclun, roquette et mâche) et de les conditionner en operculés 1 kg ou 2 x 500 g. L'emballage, qui représente 10 à 20 % du prix du produit, est en enjeu important pour les opérateurs. « Nous avons essayé l'emballage kristal, qui est entièrement transparent, afin de permettre aux consommateurs de voir le produit, mais il coûte beaucoup plus cher et reste difficile à valoriser », explique Jacques Deramecourt, p-dg de Picvert. La tenue des jeunes pousses est une préoccupation majeure, sur laquelle travaillent les semenciers. De 8 jours en moyenne en France, les jeunes pousses résistent jusqu'à 17 jours aux États-Unis. « Là-bas, elles sont uniquement produites en plein champ, ce qui les rend plus fermes. Les Américains ont aussi développé des espèces qui, génétiquement, présentent des feuilles plus épaisses et une meilleure tenue », explique Frank Roelofs.

## Vers une production plus respectueuse des sols

Les travaux de recherche des semenciers se concentrent aussi sur le développement d'espèces résistantes aux maladies, le mildiou notamment. Les producteurs, déjà engagés dans des certifications de type Globalgap, se tournent vers d'autres démarches éco-environnementales. Depuis février 2017, Picvert adhère à « Demain la Terre », qui rassemble une douzaine de producteurs de fruits et légumes autour d'un projet commun de développement durable. Dans le cadre de cet engagement, Picvert s'est fixé pour objectif de produire avec zéro pesticide d'ici 2020 afin de préserver les sols. « C'est une troisième voie entre le bio et le conventionnel », explique Jacques Deramecourt. Afin de régler le problème des désherbants, Picvert a également noué un partenariat de trois ans avec Naïo technologies qui a mis au point un robot de binage passif (Dino). L'outil, performant en salade, l'est moins en jeunes pousses où les rangs sont plus serrés. La bineuse Gardford semble dans ce cas plus appropriée. « Nous travaillons aussi avec Naïo sur l'identification

## Zoom

### Picvert, producteur en terre picarde

Installée sur 450 hectares entre Saint-Quentin et Amiens, Picvert produit 3 500 tonnes de jeunes pousses, dont les deux tiers partent chez les industriels de la 4<sup>e</sup> gamme (Bonduelle, Florette, etc.), qui les lavent et les conditionnent. Le reste est vendu directement en 1<sup>re</sup> gamme, c'est-à-dire en vrac emballé en barquettes operculées ou en sachets, à la GMS (Auchan, Système U, Intermarché et Cora en MDD), aux restaurateurs et aux grossistes. Produites sous abri (10 ha de multi chapelles construites en 2016), les premières pousses sont semées début mars et récoltées six à douze semaines plus tard selon les espèces et les périodes de l'année, soit entre mi-avril et début novembre. Afin d'assurer un approvisionnement à ses clients l'hiver, Picvert a ouvert en 2007 une ferme au Portugal (90 ha dont 6 d'abri) où elle produit également des mini légumes et a noué, il y a deux ans, un partenariat avec les melons Rouge-Gorge à Malaga (50 ha). « Malaga est une bonne alternative de décembre à février, car il peut faire froid ces mois-là au Portugal », explique Jacques Deramecourt, PDG de Picvert. La société réalise aujourd'hui un chiffre d'affaires de 16 millions d'euros, dont 14 en jeunes pousses et en mâche. Parmi les projets à venir figurent l'installation de 10 ha de serres multichapelles en France pour la



Picvert utilise un robot de binage passif.

PHOTOS © RIJK ZWAAN



production de red chard, de mâche et de roquette, avec l'aide de l'Europe qui en subventionnerait 20 %, l'objectif étant de sécuriser 25 % de la production en ayant une rotation mâche (1/4), roquette (1/4), laitue (1/4) et red chard (1/4). « Les serres évitent à la red chard de geler et permettent d'en récolter 5 à 7 fois toute l'année contre 2,2 en plein champ. La seule différence se situe au niveau de la couleur, le rouge étant moins prononcé sous serre qu'en plein champ. »

production de red chard, de mâche et de roquette, avec l'aide de l'Europe qui en subventionnerait 20 %, l'objectif étant de sécuriser 25 % de la production en ayant une rotation mâche (1/4), roquette (1/4), laitue (1/4) et red chard (1/4). « Les serres évitent à la red chard de geler et permettent d'en récolter 5 à 7 fois toute l'année contre 2,2 en plein champ. La seule différence se situe au niveau de la couleur, le rouge étant moins prononcé sous serre qu'en plein champ. »



450 hectares sont situés entre Amiens et Saint-Quentin.



La Basse-Normandie produit 2 000 tonnes de jeunes pousses.

© RIJK ZWAAAN

des mauvaises herbes afin de développer un robot capable de les identifier et de les enfoncer dans la terre ».

### Cartographie de la production

En France, nombreux sont les producteurs de mâche à s'être mis aux jeunes pousses. La raison en est essentiellement commerciale, afin

également un acteur important, avec une production concentrée autour de la région lyonnaise. La proximité du marché de Rungis, où s'échangent environ 1 500 tonnes de jeunes pousses, favoriserait le développement d'une production en Ile-de-France. En Basse-Normandie, la production s'élèverait à plus de

**« La concurrence s'intensifie entre opérateurs, les gains de chiffre d'affaires passant par des gains de parts de marché prises aux concurrents. »**

de répondre à un élargissement de gamme demandé par les clients. Cela permet aussi de soulager les sols, fatigués par une production de mâche intensive pouvant aller jusqu'à sept récoltes sur une même parcelle. D'après l'étude CTIFL « Salades : bilan de l'offre, perception des distributeurs et des consommateurs » publiée en 2016, la région nantaise constituerait un fournisseur majeur à l'échelle du territoire, avec une production estimée autour de 10 000 tonnes, soit la moitié de la production nationale. La région Rhône-Alpes serait

2 000 tonnes, contre 800 tonnes en Bretagne et en Languedoc-Roussillon. Avec un marché arrivé à maturité, la concurrence s'intensifie entre opérateurs, les gains de chiffre d'affaires passant par des gains de part de marché prise aux concurrents. Les efforts en terme d'élargissement de gamme et d'innovations packaging sont des moyens de gagner de nouveaux clients. Chez Marais, il semblerait d'ailleurs qu'on travaille sur le développement de nouveaux conditionnements afin d'ouvrir de nouveaux marchés. ■

Et vous, quelle innovation Gautier préférez-vous ?

Automne / Début de Printemps



**A1185 ESTEREL\***

Nouvelle pommée pour le marché de frais

HR Bl: 16-33EU

**ETINCEL A897**

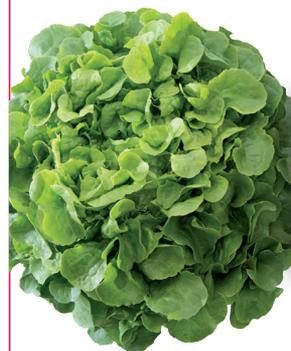
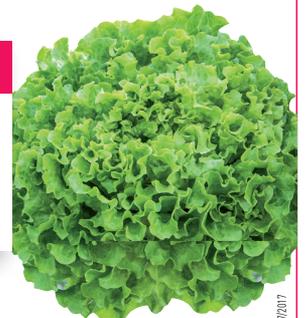
Pour une production sécurisée

HR Bl: 16-33EU

**NOBILIS H1086**

La nouvelle batavia blonde pour le cœur de saison

HR Bl: 16-32EU, Nr:0



**BELANICE**

Plus de souplesse à l'automne

HR Bl: 16-31EU, Nr:0



**GAUTIER**  
semences



Route d'Avignon - 13630 EYRAGUES  
Tél. 04 90 240 240 - Fax 04 90 240 250  
commercial@gautiersemences.com  
www.gautiersemences.com

\* Les variétés sous numéros sont disponibles pour essais jusqu'à leur inscription au catalogue officiel. (07/2017)

**Île-de-France**

**Trois semaines pour manger local**



« Soyez les ambassadeurs du mangeons local ! » : du 16 septembre au 8 octobre, à l'initiative du Cervia, le patrimoine agricole et alimentaire de l'Île-de-France sera mis en lumière. Trois semaines d'actions événementielles, pédagogiques et de communication inédites organisées par les adhérents et les participants, pour un moment d'échanges, de partages et de visibilité privilégié entre tous les acteurs de la filière alimentaire francilienne. Les actions auront lieu dans les exploitations agricoles, chez les restaurateurs franciliens, dans les cantines scolaires ou restaurants d'entreprise, dans les boulangeries, boucheries, crémeries, épicerie, dans les enseignes de grande distribution et même dans les lycées de la région !

**GAMM VERT**

# Encourager l'autoproduction alimentaire

Produire une partie de son alimentation semble une idée qui séduit une large majorité de Français. Gamm Vert, pour son quarantième anniversaire, présente ainsi son nouveau projet stratégique, « Produire soi-même, ça change tout ! ».

**P**lus de 75 % des Français\* estimerait qu'il est important d'encourager l'autoproduction alimentaire et qu'ils sont prêts à passer à l'action, par la mise en place d'un potager ou d'un poulailler par exemple. Plus précisément, les jeunes (25-34 ans, 86 %), les habitants de communes de moins de 20 000 habitants (87 %) et les femmes (80 %) se montrent tout particulièrement intéressés par cette pratique.

L'autoproduction est une pratique relativement répandue en France puisque près d'un tiers des répondants déclarent déjà la pratiquer (34 %). Ce type de production requiert du temps, c'est pourquoi on retrouve sans surprise les retraités parmi ces producteurs (41 %), ainsi que de l'espace, ce dont disposent plus souvent les habitants de communes rurales (57 %). Cet intérêt pour ce mode de consommation n'est pas nouveau : déjà, en 2010, près de 4 Français sur 10 déclaraient posséder un potager, un balcon ou une terrasse leur permettant de cultiver des légumes ou des herbes aromatiques. Enfin, 42 % des Français souhaite-

raient pouvoir produire une partie de leur alimentation, notamment parmi les habitants de l'agglomération parisienne (63 %), les Français âgés de moins de 50 ans (52 %) et ceux dont les revenus sont inférieurs à 1 500 € (48 %).

Cet engouement pour l'autoproduction alimentaire s'explique par les nombreux avantages perçus. Les Français mettent principalement en avant le fait d'avoir des produits de meilleure qualité (85 %), plus de la moitié d'entre eux déclarant même qu'il s'agit de leur motivation première (57 %). L'aspect financier se révèle également une motivation importante. Si, en 2010, 39 % des Français soulignaient la nécessité de faire des économies, aujourd'hui encore, 42 % des Français voient en l'autoproduction un moyen de dépenser moins.

En termes d'accompagnement, les Français se montrent davantage intéressés par des outils pratiques comme les expériences de personnes produisant déjà elles-mêmes (60 %), des offres clé en main (41 %) ou encore des tutoriels internet (36 %) que par de nouvelles

idées (32 %) ou des conseils de vendeurs spécialisés (20 %). De plus, 3 répondants sur 4 estiment qu'il est important d'encourager les Français à produire eux-mêmes une partie de leur alimentation (75 %), 30 % d'entre eux déclarant même qu'il s'agit d'une action très importante.

Pour toutes ses raisons, et à l'occasion de son 40<sup>e</sup> anniversaire cette année, l'enseigne Gamm Vert, affirmant des positions fortes dans l'univers de l'autoproduction alimentaire, n°1 du potager, n°1 du verger, n°1 de la basse-cour... présente son nouveau projet stratégique « Produire soi-même, ça change tout ! ». Au programme, « Magasin 2020 », un nouveau concept marchand autour de 3 axes forts : décliner chaque univers autour du concept de l'autoproduction, développer de nouvelles offres innovantes permettant d'approfondir ce positionnement dans la perspective du jardinage au naturel et potentialiser la transmission et l'échange de la communauté au travers d'outils digitaux et d'animations en magasin.

\*Source : Sondage BVA-Gamm Vert – Février 2017.



## CONSERVE Du champ à l'assiette

**G**arantie de sécurité sanitaire, qualités nutritionnelles préservées, matériau recyclable à l'infini, atout anti-gaspi, praticité et gain de temps, économies budgétaires... la boîte de conserve métallique présente de nombreux atouts.

C'est à l'occasion d'un voyage de presse que l'Uppia (Union interprofessionnelle pour la promotion des industries de l'appertisé en boîte métallique) les a mis en valeur avec le suivi d'un chantier de récolte de petits pois et leur mise en boîte à l'usine Bonduelle de Renescure (59) qui, avec 124 500 tonnes de conserves conditionnées par an, est la plus grosse usine de conserves du groupe. « Le procédé d'appertisation met les saisons en boîte

et suspend le temps. Il conserve l'essentiel des bienfaits des produits frais, c'est sa vocation d'origine », a expliqué Julien Couaillier, délégué général de l'Uppia.

Une véritable course contre la montre est en effet engagée, quatre heures seulement s'écoulant en moyenne entre la récolte des légumes et leur mise en boîte. Une rapidité de process qui tranche avec la longévité du produit une fois en boîte, de deux à cinq ans. Avec 50 kg consommés par an et par habitant en France et 99,7 % des foyers français qui en achètent, la boîte a encore de beaux jours devant elle, même si elle cherche à séduire les 18-34 ans qui en sont peu friands. « La boîte



de conserve ne fait plus rêver, alors même qu'elle répond en partie à de nombreuses attentes sociétales. Nous devons trouver les moyens de la réenchanter »,

a expliqué Jean-Bernard Bonduelle, président de l'Uppia. « La campagne de communication "La conserve, ça déboîte" que nous avons mise en place en septembre dernier avec Nicole Ferroni en est un. » Un autre consiste à continuer de marteler que, contrairement aux idées reçues, « conserve » n'est pas synonyme de « conservateur », les conserves de légumes ne contenant ni additif chimique ni conservateur ni colorant, comme l'exige d'ailleurs la réglementation européenne.

**CB**